numéro 62
3,75 € - Trimestriel
Février 2021

anjou éco

LE MAGAZINE ÉCONOMIQUE DE LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE MAINE-ET-LOIRE

2E ÉDITION

Maine-elle-Loire

Les clubs d'entreprises au féminin du 49

ENQUÊTE p.34

ENQUÊTE p.38
Les grandes tendances du commerce du futur

ENQUÊTE p.42
Cybersécurité, les enjeux d'une souveraineté numérique



1er ACCÉLÉRATEUR DES ENTREPRISES

Édito



L'entrepreneur est un optimiste

Nous aimons clôturer l'année en cours et nous relancer dans la nouvelle avec nos résolutions ambitieuses. Peu importe si nous arrivons à les tenir mais ce passage est un moment qui fait du bien au moral, où l'espoir nourrit nos objectifs et nous motive pour repartir avec force et envie. Pour cette année, l'exercice est plus délicat et plus douloureux. Difficile de mettre le baume au cœur habituel dans des vœux qui sont, crise oblige, en vidéo en lieu et place des rassemblements conviviaux, et de plus en plus par e-mail et SMS, comme une simple formalité.

Où l'incertitude ne permet pas au « bonne année » de résonner comme d'habitude.

Si vous avez l'habitude de lire Anjou éco, vous savez que nous présentons les initiatives, les transitions nécessaires pour vivre dans un monde plus équilibré, les engagements de chacun qui contribuent à tous ces changements. Nous préférons faire entendre la forêt qui pousse plutôt que le bruit de l'arbre qui tombe. L'entrepreneur est un optimiste. Nous pouvons l'être car nous sommes sur un territoire qui résiste bien, en cette période où le conditionnel est le temps le plus utilisé et que l'extrapolation devient le point de départ à beaucoup d'informations. Si j'ajoute à cela la désinformation qui complète la sur-information, il convient de reconnaître qu'il faut être armé pour réussir à se faire un avis et croire en cette nouvelle année.

« Nous préférons faire entendre la forêt qui pousse plutôt que le bruit de l'arbre qui tombe »

Alors, ne cautionnons pas et ne sombrons pas dans l'idée que « La France est plus nulle que tous les autres » ! Faut-il rappeler que ceux qui étaient montrés en exemple au printemps-été 2020 sont pour une partie en pleine crise et plus sévère que chez nous. Faut-il rappeler que les pubs irlandais sont fermés depuis plus de 330 jours, que les USA n'ont encore rien ouvert, que les Allemands ont tout fermé 15 jours avant Noël, que le Royaume Uni est en « block out » total. Certes, nous avons des lacunes. Il faudra s'y arrêter. Mais peut-on aussi dire qu'à fin décembre 2020 l'Etat a payé 24 millions d'heures de chômage partiel pour un montant de 234 millions d'€ en Maine-et-Loire !

Effectivement, nous pourrions être encore plus efficaces mais pour cela il faut se débarrasser de ce prisme parisien qui nous pénalise. Cette volonté de vouloir tout gérer et tout faire de là-haut, sans connaître l'exploitation et le terrain. Cette vision centrale est depuis un an souvent une véritable catastrophe. Malgré cela, nous restons mobilisés et ce travail portera bien ses fruits un jour et sera reconnu à son juste titre.

N'oublions pas que la seule autorité qui peut s'exercer est l'autorité de compétence. Notre territoire en regorge et c'est une des raisons qui me donne l'énergie et l'envie de vous dire :

Bonne et heureuse année 2021, et croyez en vous.

Éric Grelier

Président de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Maine-et-Loire

L'invitée

Le fil d'actu

Les acteurs de l'économie en Anjou

Regard

Enquête

Reportages et rencontres

On parle d'eux

Fabienne Kerzerho
directrice ADIE Grand Ouest
« Pour atteindre l'égalité, les femmes doivent fournir un effort supérieur »

L'entrepreneuriat féminin est-il un sujet ? Il peut être tentant de fermer les yeux, prétextant que l'égalité viendra en s'efforçant de ne pas souligner les différences. La réalité est autre, et elle invite plutôt à s'emparer du sujet à bras le corps, en prenant concrètement conscience des mécanismes en place, et à libérer le potentiel des femmes à entreprendre. Lors des Folles Journées Pour Entreprendre, le 12 octobre dernier organisées par la CCI de Maine-et-Loire, L'ADIE Pays de la Loire (Association pour le droit à l'initiative économique) a organisé une table ronde intitulée « Femmes entrepreneures, relevez le défi ! ». Fabienne Kerzerho, directrice de l'Adie Grand Ouest, y était présente. Elle revient sur les défis à relever pour changer le paysage entrepreneurial.



© Isabelle Beauvais

Anjou Eco : Pourquoi la question de l'entrepreneuriat au féminin vous semble toujours nécessaire à poser ?

Fabienne Kerzerho : Parce que les chiffres sont têtus : nous savons qu'il y a autant de femmes que d'hommes qui souhaitent entreprendre. Mais in fine, les femmes représentent seulement 1/3 des entrepreneurs en France.

Quels sont les freins à l'entrepreneuriat féminin ?

L'Adie accompagne tous les publics qui sont empêchés dans leur désir d'entreprendre en raison de leur situation sociale, de leur âge, de leur lieu de domiciliation, de leur niveau d'étude, etc. Il existe de nombreuses embûches qui empêchent l'accès aux prêts bancaires traditionnels. Dans le cas précis des femmes, le premier frein est sans aucun doute culturel. Depuis des siècles, la sémantique, les règles grammaticales de notre langue nous renvoient l'idée que le sexe féminin est le sexe faible. En couverture des magazines économiques, sur les plateaux télé des chaînes de business, on continue à voir une grande majorité d'hommes. La femme entrepreneure a une visibilité très faible. Par ricochet, les femmes ne se projettent pas. Cela ne les invite pas à se dire : « c'est possible pour moi. » Et puis, il y a un second frein qui concerne le rapport au sujet financier.

En quoi la dimension financière empêcherait-elle les femmes d'accéder à l'entrepreneuriat ?

Chez les femmes, nous observons que la question financière se pose très rapidement. Souvent, ce sont elles qui gèrent le budget familial. Elles ont une conscience aigüe de ce sujet et redoutent, par leurs velléités entrepreneuriales, de venir fragiliser leur famille. Leur rapport au risque est différent de celui des hommes et par conséquent, leur passage à l'acte est plus complexe.

N'est-ce pas stigmatisant de dire cela ?

Évoquer ce qui différencie les femmes et les hommes face à une situation impose de décrire des tendances de fond qui peuvent sembler stigmatisantes effectivement, mais qui sont surtout des observations du réel. Je ne dis pas que la femme est moins audacieuse que l'homme de façon intrinsèque et innée. Elle l'est devenue en raison de la construction sociétale, des injonctions imposées, des rôles désignés depuis très longtemps. À tel point que cela a chevillé certains fonctionnements au corps des femmes. Comme celui de se sentir moins légitime à entreprendre, par exemple.

Observez-vous un décalage dans le rapport des femmes et des hommes à l'entrepreneuriat de façon générale, ou plus précisément au moment de se lancer pour créer ou reprendre ?

Une étude de la BPI a démontré que la pérennité des entreprises dirigées par des femmes était supérieure à celle des hommes. En revanche, les parcours sont différents. Les entreprises portées par des femmes

restent plus petites que celles portées par des hommes. Les femmes développent moins, embauchent moins, et se rémunèrent moins aussi. Comme s'il y avait un effet « c'est déjà bien ». Les hommes ont moins de freins, déploient davantage leur ambition.

Comment peut-on agir pour rééquilibrer le paysage entrepreneurial ?

Il faut commencer par déconstruire les schémas en les décrivant, en en prenant conscience. Il faut penser les choses avant de passer à l'action. Lors de la table ronde « Femmes entrepreneures, relevez le défi » organisée lors des Folles Journées Pour Entreprendre, en octobre dernier, nous avons entendu de formidables témoignages de femmes entrepreneures. Il est important d'entendre ces femmes, de leur donner de l'espace pour s'exprimer. C'est en voyant des femmes entreprendre que les femmes entreprendront davantage. À ce sujet, l'exemplarité et l'exigence de représentativité de la diversité sont essentielles. Nous avons besoin de voir plus de femmes entrepreneures mais pas uniquement des femmes de 35 ans, blanches, issues de grandes écoles de commerce et habillées en tailleur. Car c'est une réalité parmi d'autres. Tout est question de stéréotypes à déboulonner.

Quels sont les espaces concrets pour faire bouger les lignes ?

J'invite les femmes à rejoindre des réseaux professionnels, y compris des réseaux spécifiquement dédiés aux femmes.

N'est-ce pas contraire au fait d'encourager la mixité et la parité ?

Ça le serait si dans la réalité, les réseaux de business étaient effectivement mixtes. Mais ils ne le sont pas. Je vois souvent des femmes hésiter à rejoindre des réseaux féminins parce qu'elles trouvent ça réducteur. Quand elles ont franchi le cap, elles en tirent de grands bénéfices. Ce sont des temps où d'autres choses peuvent s'exprimer librement. Ce sont aussi des espaces de liens et de business, où les femmes peuvent prendre toute leur place. Quand le sujet aura suffisamment bougé, ces réseaux dédiés n'auront peut-être plus de raisons d'être, mais nous n'en sommes pas là.

Quels sujets s'y expriment de façon spécifique aux femmes ?

Il y a un sujet que je vois souvent revenir : l'acceptation du conjoint. Souvent, l'homme accepte le projet de la femme au moment où celle-ci se lance. Puis, lorsqu'elle est installée, il est observé que cette acceptation baisse. La femme doit souvent réduire son ambition pour tenir à la fois son projet entrepreneurial et sa cellule familiale. C'est un sujet d'échanges récurrent parce qu'ils rattrapent presque toutes les femmes à un moment donné. Au-delà de ce genre de sujets, les réseaux permettent de prendre confiance en soi, de ne pas rester seule. S'en priver, c'est se priver d'une richesse humaine, et aussi de chiffre d'affaires. La réussite est dans le lien.

Après la prise de conscience, comment passer à l'action ?

En osant se lancer, en sollicitant de l'aide, en étant accompagnée, en parlant de son histoire, en se montrant pour faire progresser la visibilité. L'ADIE a soutenu cette année 600 créateurs, avec une vraie parité au final. Quand on s'empare du sujet, quand on veut y arriver, on y arrive. Casser le plafond de verre est possible. Dans le cadre du projet « Les audacieuses », nous avons monté une boutique éphémère à Nantes qui permet d'apprendre en faisant : comment tarifer, mettre en place sa communication, son merchandising, travailler entre associés, vendre en ligne… J'encourage les femmes à rejoindre ce genre d'initiatives.

• • •

« L'égalité n'est pas une faveur. Elle est un droit constitutionnel »

• • •

C'est encore aux femmes de fournir l'effort de ce combat pour faire bouger les lignes ?

Il est vrai que pour atteindre l'égalité, les femmes doivent fournir un effort supérieur. Mais le défi est des deux côtés. Les hommes subissent eux aussi des biais genrés : le secteur du bâtiment leur est réservé quand les services ou l'artisanat d'art le sont davantage aux femmes. Et puis, aujourd'hui, le pouvoir final, politique, est encore aux mains des hommes. Ils ont donc les moyens de faire changer les choses. C'est à eux de bouger aussi. Il me semble enfin indispensable de rappeler que l'égalité n'est pas une faveur. Elle est un droit constitutionnel. J'entends souvent dire que le déficit de femmes entrepreneures représente un gâchis économique. C'est vrai, mais arrêtons-nous déjà au fait que l'égalité est un droit, point. Tant que le droit n'est pas atteint, il faut effectivement en faire plus. C'est le principe de la discrimination positive.

Pour conclure, à quoi souhaitez-vous encourager les femmes ?

À s'autoriser, à oser déployer leur talent et leur projet. Il y a souvent plus de risques à ne rien faire qu'à agir. Je les invite à rejoindre des réseaux professionnels, à se faire accompagner, financer, pour mettre toutes les chances de leurs côtés. Des pas de géant ont été faits ces quarante dernières années mais nous agissons sur des sédiments séculaires. Les mécanismes prennent du temps à être déconstruits. Il faut les connaître pour qu'ils ne jouent plus contre nous. ●

Aurélie Jeannin

adie.org



© Isabelle Beauvais

BIOGRAPHIE : Fabienne Kerzerho

Conseillère pédagogique aux éditions Nathan à Lyon puis responsable d'un espace patrimonial et d'insertion dans le Morbihan, Fabienne Kerzerho est aujourd'hui directrice de l'ADIE Grand Ouest.

L'ADIE (Association pour le droit à l'initiative économique) défend l'idée que chacun peut devenir entrepreneur, en accompagnant et finançant des projets entrepreneuriaux.

Lors des Folles Journées Pour Entreprendre du 12 octobre 2020 au Centre Pierre Cointreau à Angers, Fabienne Kerzerho est intervenue aux côtés de Marie Eloy, fondatrice du réseau « Femmes des Territoires », Estelle Moinard, directrice du CIDFF 49 (Centre d'Information sur les Droits des Femmes et de la Famille), et trois entrepreneures soutenues par l'ADIE à Nantes et à Angers.

EN BREF

Vestinéo se diversifie avec un site e-commerce

Créée en 2014, Vestinéo, basée à Angers, (C.A. de 5 M€), est spécialisée dans la confection spéciale de vêtements d'entreprise et de vêtements sur-mesure. Filiale du groupe Mulliez Flory, et dirigée par Tanguy Arnou, elle travaille pour des clients tels que Le Puy du Fou, Espace Emeraude, La Fédération française de football, les réseaux de franchises… Elle diversifie son offre grâce au site e-commerce vetement-publicitaire.com qui propose des pièces brodées personnalisées à partir de 50 unités. En partenariat avec la société CTPS (Trélazé) et Chromatic (La Jubaudière), l'entreprise angevine réalise dans son atelier installé au Village des Entrepreneurs, des broderies personnalisées, des impressions numériques, des écussons brodés, des étiquettes tissées… avec un service flexible et réactif pour toutes les entreprises du territoire.

vetement-publicitaire.com

Pour découvrir l'Anjou en s'amusant

À la fois quiz et guide, ce jeu est un incontournable pour découvrir l'Anjou en s'amusant. Créé en octobre 2020 par l'Angevine, Douceline Ménard, ce jeu de 42 cartes est consacré aux différentes facettes de la culture angevine… « *Au recto, en 92 questions, vous apprendrez les secrets du patrimoine, en patois !* » précise-t-elle. Et au verso, une sélection de quelques clichés angevins et de calembours puisés dans le compte Instagram : @douce1ine. Issue d'une formation en ingénierie du patrimoine et valorisation de projets culturels, Douceline Ménard a travaillé dans différentes structures culturelles (musicales et touristiques) avant d'exercer à Anjou tourisme.

Angersshopping, un autre mode de commerce

Durant la crise sanitaire, et ses périodes de confinement, les commerçants angevins ont pu disposer d'un autre canal de vente grâce à la plateforme numérique Angershopping, mise en place par la start-up Wishibam. Encore fallait-il posséder un site marchand et être référencé, ce qui nécessite des investissements importants tant en webmarketing qu'en logistique. Lancée dès mars dernier, et avec le soutien de la CCI, Angers French Tech et l'association des commerçants les Vitrines d'Angers, cette place de marché angevine sur Internet propose à la vente des produits des commerçants locaux. Elle aura permis durant l'année 2020 de réaliser 449 000 € de chiffre d'affaires soit plus de 14 322 produits stockés en magasin, vendus sur la plateforme. Ce mode de vente est une révolution dans le secteur du commerce, bouleversant les codes entre le client et le vendeur.

COMMERCE – TOURISME

Une épicerie restaurative à La Terrasse de l'Èvre



Julien Bosseau, gérant du restaurant La Terrasse de l'Èvre, se réinvente pour tenter de poursuivre son activité. Impacté de plein fouet par la crise de la Covid-19, comme tous ses pairs, il a décidé de diversifier son activité en créant une épicerie restaurative. Depuis décembre dernier, il offre une sélection de produits exclusivement issus de producteurs locaux (fruits et légumes de saisons, viandes, poissons, produits laitiers, conserves, vins, bières…), mais également des produits de beauté naturels et d'entretien. Restaurateur dans l'âme et désireux de continuer à répondre aux demandes de ses clients, Julien Bosseau propose aussi de la vente de plats chauds à emporter. « *Se sentir à nouveau essentiel et être au contact de la clientèle me permet de ne pas sombrer dans la négativité. Chaque visite nous rend plus fort* » indique Julien Bosseau. L'épicerie occupe le rez-de-chaussée du restaurant. L'étage et la terrasse extérieure, surplombant une zone naturelle classée, sont réservés à la réouverture de la partie restauration. Julien apporte une attention particulière aux produits, au fait maison, et sa cuisine est locavore. Ouverte depuis 2010, La Terrasse de l'Èvre est située à Notre-Dame-du-Marillais à proximité de l'Evre.

la-terrasse-de-l-evre.fr

Exceptions d'ailleurs en Anjou



En 2018, Émeric et Angélis Romignac, originaires de La Réunion, créent Exceptions d'ailleurs à Jarzé-Villages. L'entreprise commercialise des produits alimentaires fins et des cosmétiques, tous issus des îles et des terres françaises d'Outre-mer. Exotisme et dépaysement sont au rendez-vous avec ces produits 100 % français : épices, condiments, vanille, café, thé, fèves de cacao, miels… mais également boissons alcoolisées telles que rhums (et arrangés), planteurs, eau-de-vie… ainsi que savons et shampoings solides. « *Nous mettons un point d'honneur à la sélection et à la qualité de nos produits. Nous avons rencontré et échangé avec nos producteurs locaux afin de voir comment ils travaillent et s'assurer que leurs productions correspondaient à nos attentes. Mais aussi voir comment nous pouvions les aider à se faire connaître en dehors de leurs îles* » explique Émeric. Les produits sont artisanaux, pour la plupart bio et tous proviennent d'une agriculture raisonnée. Ils sont commercialisés sur le site Internet d'Exceptions d'ailleurs, lors de marchés ou encore via le Drive des Bois d'Anjou (association vendant des produits locaux en direct) ou L'Achillée (boutique à Brion).

exceptions-dailleurs.com

Les entreprises, solidaires de nos restaurateurs



Pour soutenir les restaurateurs malmenés par la crise sanitaire, l'opération « mercredi, c'est ma boite qui invite » a été lancée à l'initiative d'Anjou tourisme et de la CCI de Maine-et-Loire. Ce projet de valorisation de la restauration en Anjou consiste à inciter les entreprises à offrir à leurs salariés un repas chez un des restaurateurs qui proposent de la vente à emporter. Cet acte de solidarité permet aux restaurateurs de réceptionner des commandes régulières à dates fixes, de s'organiser pour répondre à des commandes importantes (la réservation se fait quelques jours avant). Ainsi, la profession se sent soutenue par les acteurs économiques et institutionnels, ce qui permet aussi de limiter au maximum les pertes de chiffre d'affaires. Cette action valorise les salariés et l'entreprise par le plaisir d'offrir un repas à partager avec sa famille à un moment où les actions de team-building et de cohésion d'équipe sont impossibles. Elle améliore aussi la marque employeur grâce à une action 100 % solidaire et locale. Cette opération de solidarité contribue au maintien des restaurants de quartier pour l'après crise.

Liste des restaurateurs proposant la vente à emporter :
anjou-tourisme.com/fr/dormir-manger/ou-manger/plats-a-emporter

Contact : Sylvain Dourneau - 02 41 20 49 96 - sylvain.dourneau@maineetloire.cci.fr

LELIEVRE IMMOBILIER D'ENTREPRISE



LOCAUX D'ACTIVITÉS | COMMERCES | INDUSTRIES | BUREAUX

ANGERS

CHARTRES | LE MANS | NANTES | TOURS



EXCLUSIVITÉ

Bâtiment AUBANCE



Dispo 06/2021

A louer lots de bureaux de 170 et 176 m² env. Parkings privatifs.

Bureaux



- **A louer / A vendre Trélazé** face aux cliniques, bureaux dans programme neuf développant 9591 m² divisibles à partir de 200 m². Livraison 3e trimestre 2021.

- **A louer/A vendre Saumur** bureaux neufs de 590 m² env. divisibles à partir de 90 m². Livrés plateaux achevés non cloisonnés.
- **A louer/A vendre Angers Ouest** plateau neuf de bureaux de 684 m² env. divisibles. A partir de 113 m².
- **A louer Angers MIN** 2 lots de bureaux de 130 - 270 m².
- **A louer Angers Ouest** bureaux de 141 m² + 137 m². Parkings ext.
- **A vendre Trélazé** bâtiment indépendant à usage de bureaux de 310 m² env. Parkings extérieurs.
- **A vendre Angers centre** lot à usage de bureaux de 55 m² en R+2. 1 parking en sous-sol.
- **A louer Sainte Gemmes sur Loire** 1 lot de bureaux de 84 m². PMR. Parkings extérieurs privatifs. Dispo 01.03.2021.
- **A louer Angers Centre** lot de bureaux de 108 m² en R+2. Locaux rénovés. Bureaux cloisonnés, salle de réunion, cuisine.
- **A louer proche Angers Centre** plateau de bureaux de 255 m² env. en R+8. Bureaux cloisonnés. 2 parkings ext. Bon état.
- **A louer Angers Orgemont** 1 lot de bureaux de 194 m² env. Parkings privatifs.
- **A louer Angers Beaucouzé** plateau de bureaux de 390 m² env. climatisés - Salle de réunion - Parkings extérieurs privatifs.

ANGERS SAINT-BARTHÉLEMY - IDÉAL POUR DU PRÉCAIRE
Bureaux aménagés de 225 m² env.
Stockage de 300 à 1000 m². Quais.

EXCLUSIVITÉ

Bâtiments LAYON-AUTHION



A vendre bureaux de 1485 m² environ divisibles à partir de 174 m² environ. Nombreux parkings privatifs. Dispo fin 2021.

Bâtiment SARTHE

EXCLUSIVITÉ



A louer lots de bureaux à partir de 110 m². Nombreux parkings privatifs. Dispo immédiate.

Locaux d'activités

- **A louer Angers Patton** locaux d'activités. 6 lots de 75 à 410 m². Belle visibilité.
- **A louer Angers Est** entrepôt/bureaux d'une surface totale de 5900 m² env. Dispo : 8 mois après signature d'un bail.
- **A vendre Candé** bâtiment à usage d'activités et de bureaux de 1264 m² env. Prix attractif. Visibilité.
- **A louer Angers St Serge** bâtiment à usage d'activités et de bureaux de 1 240 m2 env. Quai PL, grande hauteur. Clos.
- **A louer Angers Est** local d'activités et de bureaux de 450 m² env. Stockage. Show Room. Parkings extérieurs. Dispo 04/2021.

Commerces

- **A louer Saumur** local commercial de 370 m² env. Local brut de béton, fluides en attente, vitrine faite.
- **A louer Sainte Gemmes sur Loire** local commercial de 90 m² env. PMR. Parkings extérieurs privatifs.
- **A louer Trélazé** bureau-boutique de 248 m² - RdC - Super visibilité. Brut de béton, vitrine faite. Dispo 3e trimestre 2021.

François-Marie Labbé - 06 11 74 59 86 | Commerces : **Eloïse Leroux** - 06 23 03 38 37
41 bd Pierre de Coubertin - ANGERS - Tél. 02 41 37 07 47
www.lelievre-immobilier-entreprise.com | angers@lelievre-immobilier.com

EN BREF

Jardin des Frèr'O a ouvert ses portes

C'est pendant le premier confinement qu'a germé, dans les têtes de Loïc et Freddy Oriot, le projet d'ouvrir une nouvelle enseigne de vente de fruits et légumes à Doué-la-Fontaine, « Jardin des Frèr'O ». Depuis toujours, ils baignent dans la culture maraîchère grâce à l'entreprise familiale (Concourson-sur-Layon). Loïc a repris l'exploitation et Freddy s'est orienté vers la vente de primeurs sur les marchés. Avec la crise de la Covid-19, leurs activités étant touchées de plein fouet, ils ont décidé d'effectuer de la vente à la ferme. Forts de leur succès, ils ont ouvert leur propre magasin proposant des produits principalement issus de leur culture et celles environnantes.

L'Atelier Gigogne, jeux éducatifs pour la famille

Déborah Houlbert, jeune entrepreneure, a lancé il y a un peu plus d'un an sa marque de jeux éducatifs L'Atelier Gigogne. Elle propose des outils et jeux éducatifs tournés vers le bien-être de la famille. Ils ont pour objectif de favoriser la communication et l'organisation au sein de la famille. Quelques jeux phares : le « Kit de retour au calme », le « conseil de famille » ou bien encore le « semainier ». Avant le lancement, chaque jeu est testé auprès de familles et par des professionnels de l'enfance et psychologues. L'Atelier Gigogne, situé à Montjean-sur-Loire, propose des produits fabriqués en quasi-totalité en France et assemblés en ESAT en Maine-et-Loire.

ateliergigogne.com

C4LLMI, l'Open source pour les TPE

Ingénieur en informatique depuis une vingtaine d'années, Roger Quémard se tourne vers l'exploitation des progiciels Open source. Il crée sa propre entreprise, C4LLMI, à Angers, pour aider les petites structures (TPE, associations, collectivités, organismes…) dans le choix de leurs outils informatiques. *« Mon objectif est de les aider à s'approprier une solution informatique Open source en licence libre adaptée à leur structure et à leurs besoins tout en réduisant leurs coûts au maximum. Par exemple, un bon ERP permet de gagner du temps et d'éviter des erreurs ».* C4LLMI conseille et propose des solutions informatiques répondant aux besoins des clients, optimise la continuité du service informatique, intervient en cas de problème, garantit l'intégrité des données et forme les salariés aux programmes installés.

c4llmi.fr

CRÉATION - REPRISE D'ENTREPRISE

Luzzu Aromatic Fine Food, nouveau restaurant choletais



Malgré la crise sanitaire, le restaurant Luzzu Aromatic Fine Food, tenu par Elodie Vannier et Yann Le Fouest, a choisi d'ouvrir le 1er décembre 2020, dans le centre de Cholet, et ce en pleine période de confinement. « *Nous avions fait le pari d'ouvrir en adaptant notre activité et le protocole, avec une carte disponible en click & collect et en livraison* » précise Yann Le Fouest. Il ajoute que le concept Luzzu a été créé en 2015 par Aurélien Gauthier, ancien élève de Marc Veyrat et diplômé de l'institut Paul Bocuse. Ce concept est basé sur une cuisine végétale à base de plantes fraîches, privilégiant le local et la culture en aquaponie. « *Les Mauges constituent une région où le maraîchage est important et les plantes aromatiques font partie intégrante du patrimoine. Nous avons noué des partenariats avec des producteurs locaux partageant la même philosophie : Les Pieds dans l'Eau, à la Séguinière (startup agro-écologique pour les plantes aromatiques), l'herboristerie Cailleau à Chemillé-en-Anjou pour le choix des plantes à infuser* » explique Yann Le Fouest. L'équipe Luzzu ne manque pas de projets pour cette année. Elle prévoit de développer un service traiteur au second trimestre avec un concept d'animation autour du végétal, une offre de lunch box pour les entreprises. Et pour 2023, la création d'une chaîne de points de vente en Pays de la Loire.

luzzu-cholet.fr

Cerfrance Maine-et-Loire rachète le cabinet Gilles Chupin

Gilles Chupin, dirigeant du cabinet d'expertise comptable éponyme (Saint-André-de-la-Marche et Cholet), a décidé de vendre son cabinet à Cerfrance, avec lequel il partage des valeurs de professionnalisme et de proximité. « *À 61 ans, je souhaite travailler jusqu'en 2023 et aborder cette dernière étape avec plus de sérénité. J'ai donc pris la décision de m'adosser à un groupe solide parce qu'il est essentiel que mon activité perdure suite à mon départ, tant pour mes 15 collaborateurs que pour mes clients. L'activité de mon cabinet va ainsi évoluer dans un environnement qui saura s'adapter au contexte économique et passer les crises. La veille du premier confinement, mes collaborateurs ont été équipés d'un ordinateur portable et ont bénéficié de la structure informatique du groupe Cerfrance. Seul, je n'aurais pas pu faire face avec autant de rapidité et d'efficacité* » explique Gilles Chupin. Un triple challenge pour Pierre-Gérard Pouteau Directeur général Cerfrance Maine-et-Loire, avec la crise de la Covid-19, « *nous avons mis en œuvre une organisation inédite et maintenu notre activité tout en intégrant un nouveau cabinet d'expertise-comptable* ».

49.cerfrance.fr

Numerized, 3D et réalité augmentée à volonté



Créée en 2016 à Paris, la start-up Numerized a ouvert une agence sur Angers en 2019. Son crédo ? La 3D et la réalité augmentée. À l'origine, une agence de communication, qui a choisi de se diversifier, notamment en développant une plateforme permettant d'intégrer des modèles de produits en 3D sur les sites Internet de ses clients. Pas de nécessité d'utiliser une application particulière, tout se joue directement sur le net. Elle vient de déployer une nouvelle version qui propose également de la réalité augmentée. Ainsi, les utilisateurs ont la possibilité d'intégrer les produits dans leur propre environnement. L'avantage de cette technologie pour le e-commerce est de pouvoir augmenter le taux de conversion. Numerized offre aussi un service de création de modèles en 3D afin de venir en appui à ses clients. La solution est commercialisée sous forme d'abonnement avec diverses options. Son objectif, à terme, est de conquérir le marché du BtoB. Numerized emploie actuellement 4 personnes et envisage de recruter cette année.

numerized.com

DÉVELOPPEMENT DURABLE - RSE

Le groupe Kolmi Hopen édite un livre hommage : "La confiance"



Leader sur le marché des masques médicaux et de protection respiratoire à usage unique, le Groupe Kolmi Hopen (Saint-Barthélemy d'Anjou) a été propulsé au cœur de la pandémie de la Covid-19. Qui au début 2020 aurait pu prédire que le cours de l'histoire de cette entreprise allait être bouleversé ? Raconter, s'exposer aux regards extérieurs, exprimer ses remerciements dans un livre, une belle initiative qui mérite d'être saluée. Dans l'ouvrage "La confiance", le Groupe, sous la plume de Gérald Heuliez et sous l'oeil du talent photographique de Jean-Michel Delage, nous offre à découvrir des visages de femmes et d'hommes, salariés de l'entreprise, tous partie prenante dans ce qui restera une étape inéluctable, un moment clé de l'histoire de l'entreprise. "La confiance" rend ainsi hommage à tous les employés de l'entreprise mais aussi aux partenaires qui se sont engagés dans ce changement fondateur, aux fournisseurs, clients, acteurs d'organismes privés ou publics, qui ont permis à cette étape de se réaliser. « La confiance » c'est aussi une ode au savoir-faire français, la confiance qu'on y porte et cette fierté de maintenir et de défendre l'industrie sur le sol français. La pandémie a démontré les limites de la mondialisation redonnant ainsi à l'industrie française ses lettres de noblesse.

Le livre à consulter : medicom-eu.com/livre-la-confiance

La CCI récompensée par le prix RSE expert-comptable



Le trophée RSE et performance globale, organisé par le Conseil supérieur de l'ordre des experts comptables, a fêté ses 20 ans. Il a pour objet de récompenser les entités ayant une démarche RSE transparente, fiable, originale, innovante… Entièrement gratuit, il permet aux candidats de partager leur expérience et leurs bonnes pratiques en matière de RSE, de bénéficier d'un éclairage des jurés mettant en exergue leurs forces et proposant des axes d'amélioration, de s'assurer d'un impact médiatique et de reconnaissance par des tiers. Cette année, la CCI de Maine-et-Loire a été reconnue dans la catégorie « Meilleure Démarche RSE » Coup de Cœur « gestion de crise ». A ses côtés, ont été également récompensées :

- Catégorie « Meilleure Déclaration de performance extra-financière produite en réponse à l'article L.225-102-1 du code de commerce » : lauréat - Rémy Cointreau
- Catégorie Meilleure Déclaration de performance extra-financière produite de façon volontaire » : lauréat - Société de la Tour Eiffel
- Catégorie trophée « Meilleure Démarche RSE » : lauréat - Société Legallais
- Catégorie « Meilleure Démarche RSE » Coup de Coeur « ESS » : lauréat ADAPEI 44.

Encore plus d'éco-emballages chez Packalim



La réduction des plastiques dans les emballages est un enjeu majeur. Spécialisée dans la fabrication d'emballages éco-conçus depuis 2004, Packalim permet à ses clients de réaliser une réduction de la consommation du plastique allant jusqu'à 80 %. C'est dans son usine éco-responsable située à Saint-Germain-sur-Moine que Packalim fabrique mensuellement 5 millions de barquettes éco-conçues. Les emballages sont composés de carton et d'un fin film de plastique. Le carton, issu de forêts gérées durablement, représente la plus grande partie de l'emballage. Le film plastique est utilisé pour ses propriétés de conservation et de protection. Leur concept innovant permet de dissocier facilement les deux composants et facilite ainsi le recyclage sélectif. En 2018, Packalim a rejoint le Groupe belge P. Van de Velde, spécialisé dans la fabrication d'emballage en carton. Cette intégration permet à Packalim d'offrir une gamme complète d'emballages 100 % recyclables destinée principalement au secteur de l'agro-alimentaire, des fruits et légumes et de la boulangerie-pâtisserie. Packalim investit aujourd'hui dans de nouvelles technologies afin de répondre aux exigences écologiques des consommateurs.

packalim.fr

EN BREF

La Manufacture va fabriquer la basket 100 % vegan d'Archiduchesse

2 ans de recherche et une année de test auront été nécessaires à la marque Archiduchesse pour trouver des matières innovantes à sa nouvelle basket 100 % vegan. Pour sa fabrication, elle a noué un partenariat dans le Maine-et-Loire avec une entreprise reconnue pour son savoir-faire, La Manufacture (Montjean-sur-Loire). De style indémodable, et garantissant une durabilité et une pérennité, ce nouveau modèle de basket est conçu avec des matières recyclables en circuit court (limiter les effets de serre), vegan et possédant le label « Origine France garantie ». Engagée dans une démarche d'économie circulaire, La Manufacture cherche à réutiliser l'existant avant de consommer de nouvelles ressources.

lamanufacture49.fr

Paysage de Loire rejoint l'ALPE

Paysage de Loire, située à Chemellier, est spécialisée dans la conception et la création de jardins. Elle a rejoint récemment l'ALPE (Association Lantana Paysagistes Ensemble), qui a pour but de fédérer des entrepreneurs du paysage afin de mutualiser leurs moyens humains, financiers et techniques. *« J'ai créé mon entreprise il y a deux ans et demi et, en tant que jeune entrepreneur, je souhaitais m'entourer de professionnels compétents pour qu'ils m'apportent leur expertise, leur expérience. Rejoindre un réseau fait gagner du temps et de l'argent. Je sais que je peux compter sur l'association pour m'accompagner. C'est rassurant »* explique Alexandre Plouzeau, gérant de Paysage de Loire.

paysagedeloire.fr
alpe.lantanapaysage.fr

Expérimentation écologique chez les Transports Michel

Les Transports Michel (filiale de Voisin Services) tentent une nouvelle expérience écologique. Cet autocariste utilise, depuis décembre, pour 11 de ses véhicules scolaires, un carburant 100 % végétal français (Oleo 100 fabriqué à partir de la tige et de la partie huileuse de la graine de colza). L'idée est de poursuivre cette expérimentation sur une année, afin d'estimer l'impact de ce carburant sur la consommation, le moteur et les filtres. Pas de nécessité d'appareillage spécifique, l'Oleo 100 se substitue directement au gasoil. Si cette opération s'avère concluante, cela représenterait une réduction des émanations de CO^2 de 60 % et de 80 % pour les particules fines.

transports-michel.fr

EN BREF

Save the date !



La 8ème édition de la Nuit de l'Orientation 2021

Edition digitale

S'ORIENTER SANS STRESS

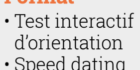
Jeunes en recherche d'orientation, parents, adultes en questionnement ou en reconversion, venez trouver des réponses à vos questions




Quand ? 19 fév

Où ? depuis votre poste connecté






Format
- Test interactif d'orientation
- Speed dating des métiers
- Rencontres avec des conseillers
- Conférences
- Coaching...

EN 2020

+ de 3 000 visiteurs accueillis

134 professionnels de l'entreprise mobilisés

39 professionnels de l'orientation

Save the date : les JPO du CFA de la CCI de Maine-et-Loire



Vendredi 12 et samedi 13 février 2021
Angers - Cholet - Saumur
Restez connectés et retrouvez toutes les informations sur : cciformation49.fr

Bases de données CCI en vente



Identifier de nouvelles opportunités, démarcher les établissements du Maine-et-Loire, de la région ou de France, pour toutes vos opérations marketing, la CCI de Maine-et-Loire commercialise des bases de données qualifiées, prêtes à l'emploi et actualisées. Ces bases peuvent être personnalisées en fonction de vos critères : secteur d'activité, effectif, localisation...
(devis gratuits).

Pour en savoir plus :
maineetloire.cci.fr/boutique/fichiers

Contact : Sophie Arnaud - 02 41 20 54 29
sophie.arnaud@maineetloire.cci.fr

EMPLOI ET COMPÉTENCES

2 dispositifs d'innovation écoles-entreprises ligériens s'associent

La Région des Pays de la Loire et Laval Mayenne Technopole (LMT) ont décidé de rapprocher deux dispositifs d'innovation écoles/entreprises : le French Fab Challenge (Solutions&co) et le Challenge Compétences (LMT) pour offrir une plus grande lisibilité et envergure à cette dynamique commune. Le French Fab Challenge a pour but de répondre à des problématiques industrielles (innovation, transformation digitale...). Des équipes d'étudiants issus de l'enseignement supérieur sont accompagnées par des experts et enseignants-chercheurs. Elles ont une semaine pour construire et présenter une solution à l'entreprise. Le Challenge Compétences permet de mobiliser des étudiants des écoles supérieures du département pour générer de nouveaux projets d'innovation ou de potentielles pistes d'amélioration au sein des PME locales. « *La collaboration industrie/académie, en plus de stimuler l'innovation, la compétitivité et l'attractivité des PME industrielles, permet de développer la formation et l'employabilité des étudiants. Face au contexte actuel, le nouveau souffle donné au French Fab Challenge et au Challenge Compétences est un signe positif pour la reprise de l'activité économique et industrielle* », déclare Christelle Morançais, Présidente de la Région des Pays de la Loire.

frenchfabchallenge.fr
challenge-competences.fr

Promouvoir la cyclomobilité avec les formations Ma Cycloentreprise



Le programme Ma cycloEntreprise, piloté par les Boîtes à Vélo et financé via les dispositifs des Certificats d'Économies d'Énergie (CEE), a pour objectif de promouvoir la cyclomobilité professionnelle auprès des micro-entrepreneurs ou candidats à la création de micro-entreprise via des formations gratuites. Le programme se décompose en 3 étapes clés. Pour commencer, la participation à une formation collective théorique et pratique. Dispensée par un formateur membre du réseau Les Boîtes à Vélo, la formation d'une demi-journée vise à présenter les enjeux de la cyclomobilité professionnelle. Les sujets abordés permettent d'appréhender les avantages du choix du vélo pour les déplacements professionnels. Pour compléter, une séquence pratique d'essai de vélos cargo est proposée. À l'issue de la formation, les bénéficiaires peuvent être accompagnés individuellement dans le choix du matériel adapté à leurs besoins. Enfin, le bénéficiaire du programme peut accéder, en fonction de son profil économique, à une subvention pouvant aller jusqu'à 20 % du prix d'achat du matériel, en complément d'un micro-crédit de l'Adie.

macycloentreprise.fr

EEGP, l'art du développement



Créée en 1991, l'EEGP (École Supérieure d'Arts Appliqués et de Design) forme aux métiers créatifs de niveau Bac à Bac +6 : design graphique, multimédia et design d'espace. Située à Verrières-en-Anjou, les 390 élèves du campus peuvent profiter des plus de 1 000 m² de bâtiments mis à leur disposition. Elle propose différents cursus : classe préparatoire aux arts appliqués (intégrée), 5 bachelors, la nouvelle licence Design et Direction artistique ouverte en 2018 en partenariat avec l'Esthua, un mastère Management et Stratégie digitale et un MBA (Master of Business Administration) à destination des professionnels. Pour développer ses perspectives aux niveaux national et international, l'EEGP décide en 2015 de rejoindre le groupe national Icademie. Elle a ainsi pu proposer une offre complémentaire aux métiers du design et de la création. Dans la poursuite de son développement, elle vient d'intégrer le groupe Eureka Éducation (Paris) et ajoute le design et le multimédia aux pôles de compétences du groupe. Depuis sa création, l'EEGP a formé plus de 2 500 graphistes, créatifs, infographistes, web designers, directeurs artistiques, illustrateurs...

eegp.fr

ar. **alain rousseau immo • comine**

Conseil en immobilier d'entreprise depuis 40 ans

BUREAUX

A LOUER



ANGERS PARC EXPO - Local d'activité ou commercial, avec 5 bureaux, salle de réunion, repos et dépôt. Vaste parking. Très bonne visibilité, entrée de zone et accès autoroutier à proximité. **Réf : 915039SG**

BUREAUX

A VENDRE



ANGERS SUD - Ensemble de bureaux d'une surface de 525 m^2 en RdC, avec 17 places de parking. Vendu loué, bonne rentabilité, tram et bus à proximité, investissement sécurisé par locataire fonction publique. **Réf : 909735SG**

LOCAL D'ACTIVITES

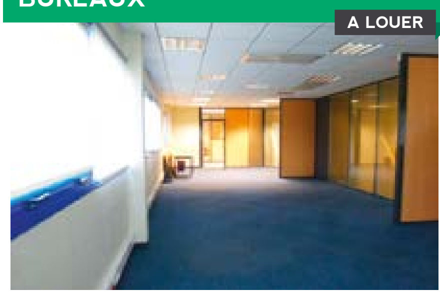
A LOUER



SAINT BARTHÉLEMY D'ANJOU - Local d'activité de 678 m^2 sur une parcelle de 2990 m^2. Très bonne visibilité, à proximité d'axes autoroutier et pénétrante zone industrielle. **Réf : 845405SG**

BUREAUX

A LOUER



ZA ECOUFLANT - Ensemble de bureaux surfaces modulables de 87m^2, vaste parking privatif, disponibles de suite. Accessibles directement de la rocade. Bureaux propres et lumineux. **Réf : 667254AB**

BUREAUX

A LOUER



ANGERS EST - Bureaux de 159 m^2. Ensemble très lumineux se composant d'un accueil, deux bureaux, un open space d'env. 61 m^2 et espace détente. Parking indépendant. Accès autoroutiers direct vers Paris et Nantes. **Réf : 921289AB**

BUREAUX

A VENDRE / A LOUER



ANGERS SUD - A vendre/A louer 1300 m^2 divisibles en 200 m^2 de bureaux. Axes autoroutiers Paris Cholet très proches. A 10 mn de la gare SNCF. A 3 mn de la Clinique de l'Anjou. Belle visibilité, immeuble en angle de rue, à proximité d'un grand boulevard. De nombreux parkings. Bureaux livrés clé en mains - État neuf. **Réf : 849959**

LOCAL D'ACTIVITES

A LOUER



NORD ANGERS - Local d'activité de 230 m^2 en angle de rue, belle visibilité, comprenant un stockage de 133 m^2, un atelier de 65 m^2, espace de convivialité et un bureau. Accès D775 direct. **Réf : 894362AB**

LOCAL D'ACTIVITES

A LOUER



Sur une parcelle close de 2700 m^2, un local d'activité de 1230 m^2, composant 296 m^2 de bureaux et 935 m^2 de dépôt. Accès très proche de la rocade et A11/A87. **Réf : 840808AB**

BUREAUX

A VENDRE / A LOUER



SAINT SERGE - Dans un immeuble de bureaux en cours de construction, prestations de standing avec tramway à proximité et à seulement 5 stations de la gare TGV Angers Saint Laud, à 1h28 de Paris Montparnasse. 3300 m^2. Parkings en sous-sol. Livré aménagé, non cloisonné et climatisable. Livraison 4ème trimestre 2021. **Réf : 922752**

LOCAL D'ACTIVITES

A VENDRE



ANGERS - IMMEUBLE MIXTE. Immeuble de rapport comprenant un local professionnel de 233 m^2 env. composé d'un espace atelier et de bureaux climatisé et en très bon état. Un studio de 20 m^2 env. actuellement loué et un appartement de 90 m^2 env. avec terrasse privative et climatisation. L'ensemble est situé sur un boulevard passant d'Angers et à proximité des grands axes. **Réf : 922327JK**

BUREAUX

A LOUER



ZONE ACTIVITÉS BEAUCOUZÉ proche grands axes : Au 2ème étage d'un bâtiment à usage de bureaux, un plateau de 386 m^2 de bureaux haut de gamme et très lumineux. Disposant de nombreux bureaux et d'une grande salle de réunion tous climatisé. De nombreux parkings extérieurs privatifs et sécurisés. **Réf : 918073**

BUREAUX

A VENDRE / A LOUER



LIMITE IMMÉDIATE D'ANGERS - Programme neuf de standing. 1er bâtiment : bureaux de 2056 m^2 divisibles en 2 plateaux de 1058 m^2 chacun, divisibles à partir de 220 m^2. 2ème bâtiment : immeuble R+4 de 4800 m^2 avec 4 plateaux de bureaux de 1032 m^2 ; 1028 m^2 et 1021 m^2 divisibles. Livrés aménagés (Dalles textiles / Murs peints et faux plafonds posés), non cloisonnés. L'ensemble de l'immeuble sera climatisé. Accessible "PMR". Accès rapide aux grands axes routiers. Environnement paysagé. Livraison prévue ÉTÉ 2021. **Réf : 891559JK**

10 bd Henri Arnauld - 49100 ANGERS - 02 41 24 13 70 - www.alain-rousseau.com

CLAIRE APPEAU ET ESTELLE COCHIN, GASPARD & MADEMOISELLE, SAUMUR

Objets de décoration pour tous les goûts


De g. à d. : Estelle Cochin et Claire Appeau

Gaspard & Mademoiselle
27 rue de la Tonnelle
49400 Saumur
02 41 03 84 17
gaspardetmademoiselle@gmail.com

Co-dirigeantes :
Claire Appeau et Estelle Cochin

Activité : équipement maison, décoration, maroquinerie, vaisselle

Effectif : 2 salariées


Découvrez l'interview vidéo ici →


Située en plein centre-ville de Saumur, la boutique Gaspard & Mademoiselle propose des articles pour l'équipement de la maison, la décoration d'intérieur. Un vrai labyrinthe où il fait bon flâner dans ce commerce créé en 2017 par deux sœurs qui ont abordé un virage à 180 degrés dans leurs vies professionnelles.

Claire Appeau et Estelle Cochin sont passionnées toutes les deux de décoration, bien qu'elles n'en aient pas fait leur métier jusqu'à présent. Pendant 23 ans, Claire Appeau a exercé en tant que responsable administrative dans une sellerie saumuroise tandis que sa sœur, Estelle Cochin et son conjoint, ont dirigé leur société de traiteur événementiel en Bretagne. Et puis l'envie qui s'affirme comme une évidence pour ouvrir une boutique dédiée à la décoration. Après mûre réflexion, ça sera à Saumur, leur ville natale. « *Cette création de commerce concrétise un changement radical dans nos parcours professionnels. C'est une initiative entrepreneuriale qui a suscité en amont de multiples questions : d'abord le choix de la ville, puis le genre de commerce, le nom de l'enseigne... Et l'opportunité de tomber sur cet immeuble à vendre rue de la Tonnelle, tout près de la place Saint-Pierre, où nous avons dédié le rez-de-chaussée à la boutique. Un parcours semé d'embûches quand il a fallu défendre notre dossier auprès des banques. La 7e y a cru !* » sourit Claire Appeau. « *Nous avons créé Gaspard & Mademoiselle en janvier 2017 pour ouvrir la boutique en mai 2017* ». Le choix de l'enseigne ? « *Un clin d'œil à Coco Chanel, originaire de Saumur, pour Mademoiselle, et l'ajout d'un prénom masculin* » ajoute la co-gérante.

Des objets uniques

Dans cette ancienne pharmacie de 90 m² sur deux niveaux, où figurent encore les placards muraux typiques en bois, on y entre pour le plaisir d'acheter. Dès la porte franchie, des notes boisées, d'ambre et de musc attirent le client du côté des bougies et des parfums d'ambiance. On passe ensuite devant les étals de la décoration intérieure (coussins, plaids, lampes), de la cuisine (carafes, vaisselle, tabliers...), du coin mode et ses cabines d'essayage (foulards, peignoirs), sans oublier la coutellerie et ses lames tatouées ainsi qu'un choix de bijoux originaux. Une vraie mine d'or pour qui aime dénicher l'objet rare à offrir. Quelques marches conduisent le visiteur un demi-étage plus haut vers un showroom réservé aux articles de linge de maison (bout de lit, housses de couette et linge de lit). « *La majorité des produits sont choisis pour leur fabrication par des artisans ou bien pour leur coup de coeur. Les bougies, diffuseurs et parfums pour la maison sont à 97 % des produits naturels* » précise Estelle Cochin. « *Nous recherchons des produits uniques et originaux : les bougies danoises qui ne coulent pas, les bougies 100 % naturelles en cire de soja fabriquées en Touraine. De la lessive au parfum « musclé » spécial homme avec une déclinaison en gel douche. La maroquinerie est en cuir exclusivement, certains modèles sont brodés au fil de soie. Les parapluies, fabriqués à Aurillac, sortent de chez l'un des derniers fabricants français* ». Un petit tour deux fois par an au salon Maison et Objet à Paris permet de découvrir de nouveaux fournisseurs et de renouveler la gamme de produits.

> « La majorité des produits sont choisis pour leur fabrication par des artisans ou bien pour leur coup de cœur »

Fidéliser les clients

« *Avec la crise sanitaire, nous avons dû inventer de nouveaux modes de communication pour attirer la clientèle* » analyse Claire Appeau. « *Régulièrement, Estelle poste sur les réseaux sociaux, Facebook, Instagram, les nouveautés étiquetées de numéros, qui seront plus facilement repérables dans la boutique. Novembre et décembre sont les deux mois les plus importants de l'année pour nous. Avec les contraintes imposées par la Covid-19, nous avons dû réduire d'un tiers le potentiel client et élargir les amplitudes horaires pour satisfaire la clientèle. C'est compliqué de travailler dans ces conditions avec seulement deux personnes pour assurer le bon fonctionnement* ».
« *Gaspard & Mademoiselle n'a pas de site marchand pour l'instant car le magasin a très bien fonctionné dès le début* » précise Claire Appeau. « *C'est très important, à mon sens, de privilégier le contact humain* ».

Dominique Gruson

EN BREF

BAO explore un nouveau marché

Créée en 2015 par Arnaud Bertrand, BAO (la Boîte A Outils virtuelle) est une entreprise spécialisée dans le développement de solutions d'immersion virtuelle. Plusieurs possibilités pour s'immerger dans le virtuel : les casques de réalité virtuelle pour une expérience mobile, la valise pour une visite virtuelle partagée ou bien encore le cube pour être au cœur d'un projet en groupe. Pour faire face à la crise, le dirigeant a développé un nouveau service à destination des commerces et des lieux culturels. Grâce à l'acquisition d'une nouvelle caméra, il peut recréer des espaces en 3D et ainsi proposer des visites virtuelles de magasins. Basée à Trémentines, BAO emploie 4 salariés.

baovirtuelle.com

Lancement de la plateforme Boost French Fab



La plateforme Boost French Fab est une initiative d'entrepreneurs de la French Fab, soutenue par la Fédération des Industries Mécaniques et BPI France. Lancée en novembre dernier par Agnès Pannier-Runacher, ministre déléguée auprès du ministre de l'Économie, des Finances et de la Relance, chargée de l'Industrie, et par Nicolas Dufourcq, directeur général de Bpifrance, Boost French Fab est un accélérateur de solutions. Cette plateforme vise à favoriser le recours à des offreurs de solutions Industrie du futur français pour la mise en œuvre d'investissements subventionnés par le plan de relance. Les offreurs de solutions Industrie du futur français et les lauréats France Relance volontaires se retrouvent ainsi sur une même plateforme collaborative. Les lauréats peuvent effectuer des appels à solutions et des offres commerciales. Les offreurs de solutions constituent, quant à eux, des consortia pour répondre de manière globale à un appel d'un Lauréat de France Relance. La plateforme héberge également des experts neutres qui aident dans la sélection de la meilleure offre, notamment sur le plan technique lorsque des technologies innovantes sont proposées.

boostfrenchfab.fr

INNOVATION-NUMÉRIQUE

Quotex fête ses 10 ans



Quotex est une société de distribution et d'intégration de logiciels basée à Angers. Elle annonce un chiffre d'affaires en hausse de 12 % (malgré la crise sanitaire) et la signature de nouveaux clients. Fondée il y a 10 ans par Joachim Ménager, Quotex propose des solutions logicielles d'avant-vente destinées aux fonctions commerciales et techniques dans l'industrie et le BTP. *« Un de nos produits phare est un logiciel spécialisé dans le chiffrage et la création de devis. Cette solution permet de réduire de 40 à 70 % le temps de réalisation d'un devis par rapport à un devis réalisé sur un tableur classique »* précise le gérant. En juillet 2020, Quotex a recruté un dessinateur projeteur pour renforcer son offre de simulation 3D en lignes de production avec le logiciel Visual Components. Et en novembre dernier, un apprenti est venu rejoindre l'entreprise pour dynamiser un projet de services de formation en ligne et de tutoriels visant à accompagner les utilisateurs de ses solutions. Avec 700 utilisateurs répartis dans plus de 40 ETI et grands comptes, Quotex se positionne comme l'allié commercial des industriels et acteurs du bâtiment. ●

quotex.eu

Effidic, en plein essor



Créée en 2018 par Nicolas Vandenbergue et Sylvain Tacquet, Effidic est une entreprise de services numériques qui conseille les PME de la région et déploie les solutions adaptées à leur réalité. Elle a ainsi développé 4 types de solutions : une expertise technique pour la migration de données entre logiciels de gestion et l'amélioration des flux d'information entre eux, des outils de reporting pour faciliter les prises de décision, une solution de nettoyage et d'enrichissement des bases de données commerciales pour fluidifier les processus d'intégration de logiciels de Gestion de la Relation Client (CRM/ERP) et une offre en conseil stratégique et opérationnel pour répondre, par l'exploitation des données, à des besoins fonctionnels (marketing, production, RH, etc.). La crise de la Covid-19 n'a pas provoqué de baisse d'activité pour cette start-up hébergée à la coopérative Angers French Tech, bien au contraire. *« Nous sommes passés de trois à dix salariés en un an et venons de recruter deux nouveaux collaborateurs pour accompagner une croissance qui n'a pas faibli avec la crise sanitaire »*, souligne Nicolas Vandenbergue. ●

effidic.fr

3D at Home surfe sur la vague de la croissance



Comme le chantait un certain Alain Bashung « Ma petite entreprise ne connaît pas la crise », 3D at Home est plutôt épargnée par la crise de la Covid-19. Spécialisée en infographie et développement d'applications et configurateurs 3D, cette entreprise voit son activité se décupler, notamment avec l'essor des salons virtuels. Plus de 200 salons 100 % online sont ainsi orchestrés par an. Au-delà de ce pan d'activité florissant, 3D at Home développe également des configurateurs 3D et du e-commerce sur mesure pour professionnels, et réalise des films et des visuels photo-réalistes pour l'immobilier, l'architecture et l'industrie. Son autre atout face à la situation actuelle est son expérience en matière de télétravail, puisque cette pratique est largement déployée depuis la création de 3D at Home en 2006. Les deux dirigeants, Raphaël Pomarès et Sébastien Ferré, sont entourés d'une équipe de 10 personnes pour répondre aux besoins de leurs clients. Ils envisagent par ailleurs de s'ouvrir à l'international de façon plus importante et visent notamment les marchés d'Amérique du Nord. ●

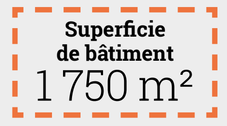
3dathome.fr

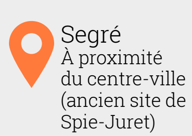
EN BREF

Construction d'un pôle tertiaire à Segré



Projet
construction d'un nouveau bâtiment par Anjou Bleu Communauté





Segré
À proximité du centre-ville (ancien site de Spie-Juret)

Destinations futures du bâtiment
- Les services d'Anjou Bleu Communauté
- 1 pépinière pour créateurs d'entreprise
- Des bureaux de location
- 1 centre de télétravail
- 1 espace coworking







Premium SAS déménage bientôt

Premium SAS prendra possession de ses 1 100 m² de nouveaux locaux à Ecouflant au cours du premier semestre 2021. L'entreprise est spécialisée dans la transformation digitale : systèmes d'impression, solutions informatiques et de dématérialisation et les télécoms. Basée actuellement à Verrières-en-Anjou, elle s'installera donc dans des bâtiments flambant neufs. Cet outil moderne et spacieux a été conçu de façon à répondre aux besoins des spécificités de chaque métier de l'entreprise. De quoi continuer à grandir et satisfaire ses clients de façon plus optimale. Premium SAS emploie 24 salariés et a réalisé un CA de 4,3 M€ en 2020.

premium-sas.com

La Maison Bécam passe de 8 à 16 boutiques

Fondée en 2005, la Maison Bécam relie 8 boutiques implantées à Angers et en périphérie. Le 10 décembre 2020, l'entreprise (130 collaborateurs) s'est engagée dans une nouvelle dynamique avec l'ouverture d'une première boulangerie dans le centre-ville de Nantes. Au total, ce sont 4 points de vente qui fleuriront dans les rues nantaises d'ici le mois de mars prochain, sous licence de marque. Deux autres implantations sont prévues à Orléans, sur le même modèle (avril et mai 2021). La Maison Bécam va par ailleurs renforcer sa présence sur ses terres angevines avec des ouvertures Place Lafayette (avril 2021), à Saint-Sylvain d'Anjou (octobre 2021) et avec la transformation, fin janvier 2021, de la boutique de la rue du Commerce en concept-store (boulangerie, thé, snacking...).

maisonbecam.com

DÉVELOPPEMENT DES ENTREPRISES

Une nouvelle usine pour Boisseau Bâtiment



Boisseau Bâtiment, située à Botz-en-Mauges, vient de créer une filiale Boisseau Hors Site. Pour accueillir cette nouvelle filiale, l'entreprise va bâtir une usine à Chemillé-en-Anjou. Le site sera destiné à la production de modules en béton/bois pour la construction de maisons en atelier. Le projet d'investissement de 3,5 M€ est soutenu à hauteur de 400 K€ par l'État dans le cadre du plan de relance et du dispositif Territoires d'Industrie. Les travaux démarreront au printemps prochain. L'objectif étant qu'à l'automne 2021, la filiale puisse commencer sa production pour qu'à terme entre 50 et 150 maisons soient construites par an. Boisseau Bâtiment, entreprise familiale depuis 5 générations, est dirigée par Charles Boisseau et Damien Gallard. Elle travaille autour de trois univers : les travaux de réhabilitation de bâtiments existants, la construction de bâtiments neufs, puis le ravalement de façades et la rénovation énergétique. L'entreprise emploie 150 salariés et a recours régulièrement à l'apprentissage, à raison de 6 apprentis en moyenne par an. Elle est par ailleurs en recherche active de futurs collaborateurs pour cette nouvelle activité.

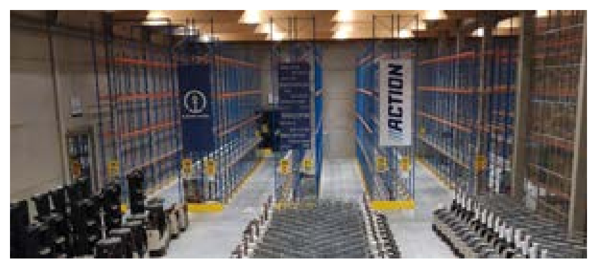
boisseau-batiment.com

Anj'ou Démon se fait mousser à la Factory Motor Café

En 2018, Aurélien Kervoelen et Cédric Guérin créaient la marque locale de bière Anj'ou Démon confectionnée en association avec la Brasserie Angevine à Angers. L'année suivante, ils ouvrent la Factory Anj'ou Démon au Lion d'Angers, lieu de distribution de la fameuse bière. Puis, en novembre dernier, ils investissent, à proximité, zone de la Sablonnière, un nouveau bâtiment qui devient la Factory Motor Café. Dans un décor esprit mécanique et culture pop, la vente des différentes variétés de la bière locale est à l'honneur, mais également des vins spiritueux et autres rhums arrangés. Aurélien et Cédric proposent aussi un snack avec de la vente à emporter. Et bien sûr, un espace bar où l'on y peut déguster Anj'ou Démon. Ici les maîtres-mots sont partage et convivialité. En attendant la levée des restrictions Covid, les deux entrepreneurs ne sont pas en reste d'idées pour faire de Factory Motor Café un lieu de vie animé, en prévision : événements et rassemblements sur le thème voitures et motos, des concerts... Et pour la suite, des projets fusent déjà dans leur tête, comme rapatrier une unité de production d'une de leurs bières ou encore développer la fabrication de whisky.

facebook.com/Factory-Motor-Caf%C3%A9-102018708304741

Plateforme logistique de 70 000 m² à Verrières-en-Anjou pour Kuehne+Nagel et Action



Ouverte au 2e semestre 2020 à Verrières-en-Anjou, la plateforme logistique de 70 000 m² est destinée à approvisionner tous les magasins de l'enseigne Action en Pays de la Loire, Bretagne, Normandie et une partie de la Nouvelle Aquitaine. Préparateurs de commandes, caristes, techniciens de maintenance, logisticiens, personnel administratif... de nombreux métiers sont concernés par l'ouverture de ce nouveau site logistique. « *Des dizaines de personnes ont déjà été recrutées* » indique Eric Szwaicer, Directeur logistique du site chez Kuehne + Nagel. « *Nous avons doublé les effectifs en fin d'année dernière et de nombreux autres postes seront ouverts dans les deux prochaines années* ». Le recrutement est réalisé avec l'aide active des partenaires locaux, Pôle emploi et l'Aldev (l'agence de développement économique de la région d'Angers). Le projet s'inscrit dans une volonté pour les deux parties de développer l'emploi et l'économie sur plusieurs années dans la région. Kuehne+Nagel est l'un des leaders mondiaux de la logistique et du transport (1 400 implantations – 78 000 collaborateurs). Le groupe Action est un discounter international non alimentaire (1 600 magasins - La moitié de ses 8 centres de distribution se situe en France).

kuehne-nagel.fr

ISABELLE BERNARD, TMA MENUISERIE, BEAUCOUZÉ

Du sur-mesure pour fenêtres et portes





T.M.A. Menuiserie
7 avenue de la Fontaine
49070 Beaucouzé
02 41 73 27 26
i.bernard@tma-menuiserie.fr
tma-menuiserie.fr

Dirigeante : Isabelle Bernard

Activité : menuiserie bois, Alu, PVC, fabrication et pose

Effectif : 20 salariés

Membre de « Produit en Anjou »



Découvrez l'interview vidéo ici →



Basée à Beaucouzé, TMA Menuiserie a changé récemment de dirigeant. Désormais, Isabelle Bernard aux commandes de cette entreprise spécialisée en menuiseries extérieures et agencement intérieur bois et Alu, lui réserve de beaux projets pour les années à venir.

« *A 47 ans, je voulais m'investir davantage dans un projet entrepreneurial conséquent* » analyse cette entrepreneure dynamique et pleine de ressources. Elle est passée par un cabinet de cédants/repreneurs pour trouver la structure répondant à ses critères. Et en octobre 2019, après 6 mois de négociations, la transaction est conclue avec Michel Pouzet, l'ancien dirigeant. Elle rachète l'entreprise et ses bâtiments, en gardant toute l'équipe. Auparavant, cette Angevine a pu acquérir, de par ses expériences professionnelles, de multiples compétences en communication, commerce, logistique, production, qualité. Elle débute dans la vente-marketing chez Artus (avionneur à Avrillé), puis occupera un poste de responsable logistique chez Bosch Systèmes de freinage à St-Barthélemy d'Anjou avant de créer son propre cabinet de conseil, revendu quelques années plus tard.

Bois, PVC, Alu

L'entreprise propose deux sortes de menuiseries : le bois et l'Alu/PVC. Le bois était l'activité première de TMA. Au fil du temps, ce matériau a été délaissé au profit de l'Alu et du PVC. Aujourd'hui, Isabelle Bernard a le souhait de re-développer l'activité bois. *« Deux poseurs bois et un apprenti fabriquent sur-mesure des éléments de cuisine, dressing, dessous d'escalier, des volets bois. Nous créons et nous sommes aussi capables de réparer et de refaire à l'identique »* précise-t-elle. Dans le deuxième atelier, dédié à l'Alu et au PVC, beaucoup d'éléments sont fabriqués à la main. *« Nos menuisiers possèdent un réel savoir-faire leur permettant de réaliser sur-mesure portes, baies vitrées, coulissants d'angles. Les barres des châssis sont découpées dans l'atelier, puis assemblées, les ferrures posées à la main ainsi que la tringlerie, le vitrage. Le poinçonnage de l'Alu est privilégié à la soudure à chaud réservée au PVC »*. TMA sélectionne un PVC de qualité et haut de gamme. Elle travaille avec des fournisseurs qui affichent une démarche d'environnement durable, telle la marque allemande Veka, ancrée sur le recyclage (18 % de matières recyclées dans ses profilés). En tant qu'aluminier, la marque Technal propose plus de 75 % d'Alu recyclé dans ses profilés. TMA adhère au réseau Qualité des fabricants certifiés. Elle garantit la pose et le suivi, la gestion des process. « *Notre métier requiert de la précision et de la technique qui évoluent en fonction des normes en vigueur, en matière d'acoustique, thermique, de résistance au vent* ».

S'adapter à la crise sanitaire

« La crise sanitaire a quelque peu modifié le mode de fonctionnement de l'entreprise. Enregistrant une baisse de 25 % du chiffre d'affaires en début d'année dernière, nous avons pu exercer à nouveau dès mai, à pleine capacité, pour afficher de bons résultats en août et septembre. Confinement oblige, la clientèle des particuliers (40 % du C.A.) s'est tournée vers l'aménagement intérieur des logements, augmentant d'autant les demandes. Et nos clients professionnels (mairies, collectivités locales, commerces...) nous sont restés fidèles en maintenant un carnet de commandes conséquent ».

> « Confinement oblige, la clientèle des particuliers s'est tournée vers l'aménagement intérieur des logements »

Se former à la menuiserie

Pour bien connaître les produits qu'elle commercialise, Isabelle Bernard se forme petit à petit à la pose et à la fabrication de menuiseries. « *L'entreprise est un collectif humain où chacun apporte sa pierre à l'édifice. J'ai plaisir à travailler et à piloter mon équipe* ». Elle a embauché une comptable, deux métreurs et une architecte d'intérieur. Exigeante sur la qualité du travail bien fait, elle attache de l'importance à la satisfaction client. « *C'est une rigueur de tous les jours* ».
Cette année verra la concrétisation de quelques projets : acquérir la certification pour la menuiserie Alu (marque Technal), puis pour le PVC. « *Nous allons continuer de mettre en avant notre offre de fenêtres sur-mesure. C'est plus rapide à fabriquer en atelier que de commander auprès d'un fabricant industriel, et en plus c'est fabriqué en Anjou !* ».

Dominique Gruson

MICHÈLE CROS, DOUCES ANGEVINES, SOUCELLES

Des cosmétiques doux inspirés de plantes



Douces Angevines
4 Venelle Tir Jarret
La Roche Foulques - Soucelles
49140 Rives-du-Loir-en-Anjou
02 41 32 40 60

doucesangevines.com

Dirigeante : Michèle Cros

Activité principale : fabrication et commercialisation de cosmétiques bio, purs et vivants

Effectif : 8 salariés et 4 agents commerciaux

C.A. (2019) : 780 K€

1e certification bio par Ecocert en 2002

Label PETA (cruelty free and vegan)



Découvrez l'interview vidéo ici →



A Soucelles, s'est installée une entreprise familiale tournée vers la fabrication de préparations cosmétiques à base de plantes médicinales : Douces Angevines. A la tête de cette initiative, Michèle Cros, qui a à cœur de mettre à profit tous les bienfaits que procure le monde végétal.

Orientés plein soleil pour capter toute la luminosité, les bureaux ont vue sur le jardin fleuri où se mêlent diverses senteurs, couleurs et variétés de fleurs et plantes qui serviront à la production de crèmes et fluides spécialement conçus par Michèle Cros. « *Nous surveillons la maturité de nos fleurs et plantes pour les cueillir au moment où elles donneront le maximum de leur potentiel. Mon équipe participe aux différentes étapes de transformation des végétaux. Toute la fabrication est réalisée sur place, dans notre atelier-laboratoire, y compris le conditionnement, la mise en étuis, l'expédition* » précise Michèle Cros. Passionnée de botanique, elle s'inspire de pratiques ancestrales (macération solaire et lunaire, respect des cycles de croissance des plantes…) tout autant que des méthodes modernes pour la création de ses cosmétiques.

La passion pour le végétal

Cette aventure consacrée à l'univers des plantes dure depuis 25 ans. Michèle Cros la vit aux côtés de son mari et de sa fille. Après une maîtrise de Lettres Modernes, elle s'engage dans le métier d'enseignante. Après plusieurs années de pratique, elle se tourne vers sa passion pour les plantes qui va l'entraîner dans une reconversion totale. Elle reprend des études d'herboristerie pour comprendre le fonctionnement des plantes, leurs histoires, leurs rituels, et approfondit ses connaissances par des stages auprès de professionnels. Son stage de fin d'études au centre ITEIPMai à Chemillé abordera les plantes sous un aspect scientifique. Ce dernier volet, complétant ses connaissances, la confortera dans le projet de création de sa propre marque de cosmétiques biologiques.

• • •

« La recherche de la qualité est primordiale tout en respectant un commerce équitable »

• • •

Un panel de 200 extraits de plantes

L'entreprise a débuté avec une dizaine de produits seulement pour en proposer aujourd'hui une soixantaine. « *Notre cœur de métier réside dans les procédés de macération d'une multitude d'espèces : sauge, violette, verveine, thym, pétales de roses, carotte… L'ADN de notre entreprise est la douceur, d'où son nom, les Douces Angevines, avec un clin d'œil au poème « Ulysse » de Joachim du Bellay* » sourit Michèle Cros. Pour chaque formule mise au point (purifiant, adoucissant, relaxant…), elle s'appuie sur l'avis de ses collaboratrices avant de procéder aux tests obligatoires en laboratoires extérieurs. « *La réglementation est de plus en plus complexe, imposant une traçabilité rigoureuse et des études toxicologiques précises. Nous travaillons avec des producteurs locaux en bio et biodynamie et des producteurs du sud de la France. Les huiles essentielles sont intéressantes pour leurs vertus, leurs parfums et elles nous font voyager en Amazonie, Maroc, Laos, Bulgarie… La recherche de la qualité est primordiale, ainsi que le commerce équitable et le respect de la biodiversité. Nous sommes audités 2 fois par an pour que nos produits aient la certification Cosmos Organic, selon le cahier des charges européen des cosmétiques biologiques* ».

La clientèle est composée principalement d'instituts de beauté, de magasins bio et de magasins spécialisés en cosmétiques biologiques. « *Nous élaborons des protocoles pour les soins cabines en instituts : soins du visage, du corps. Nous proposons aussi des formations pour les esthéticiennes ou des responsables de rayon pour faire connaître la spécificité de nos produits et leur utilisation* ».

Pour voir plus loin

« *Malgré une activité au niveau européen et un C.A. de 11 % à l'international (Suisse, Canada…), je tiens au développement d'une clientèle locale et nationale. Le plus important est de préserver notre savoir-faire artisanal avec pour valeur le « fait main » et de maintenir une qualité rare. Avec l'aide de la CCI, nous avons engagé un dispositif Dinamic pour réfléchir à l'avenir proche et aux évolutions envisageables, toujours avec la volonté de favoriser le développement de la marque dans le respect de ses valeurs humaines et écologiques* ». ●

Dominique Gruson

ESPOIRS DE L'ECONOMIE

Les lauréats du concours des « Espoirs de l'Économie » millésime 2020 !

La CCI de Maine-et-Loire ainsi que ses partenaires GOLD (Banque Populaire de l'Ouest, Crédit Agricole, Aldev (Agglomération d'Angers), Ordre des Experts Comptables, le Barreau d'Angers et Véolia) ont désigné les 5 lauréats au concours des Espoirs de l'Economie 2020. Ce dernier s'adresse aux entreprises inscrites au Registre du Commerce et des Sociétés, créées ou reprises entre le 01/01/16 et le 31/12/18. Il récompense les créateurs ou repreneurs qui se distinguent par leur sérieux, leur créativité, leurs compétences et leur opiniâtreté dans leur histoire et parcours d'entrepreneur. Une édition 2020 particulière au vu du contexte sanitaire qui a nécessité son report en fin d'année.





Le jury final s'est réuni le 11 décembre et a pu assister aux pitchs des 9 nominés choisis parmi les 44 dossiers reçus. Des prestations organisées via Teams qui ont permis de sélectionner les 5 Espoirs de l'Economie.

Les 9 nominés du concours des Espoirs de l'Economie sont :

Cook and Run - Alexis Chatenay, Alexandre Bracquart - fabrication artisanale de barres énergétiques bio et éco-emballées (Ecuillé)

Le Colibri fait son nid - Hélène Gerboin - salon de thé, boutique (Saumur)

J'Aime mes dents - Alexis Godicheau, Thomas Jeanvre - conception et commercialisation de produits et d'accessoires d'hygiène (Angers)

Urbanoé - Ludovic Amy - mobiliers et aménagement à végétaliser (Baugé-en-Anjou)

Avenir Mobiliers - Bertrand Pairochon - création et invention de mobilier intérieur et extérieur bois/métal (Vihiers)

La Capsule maltée - Jimmy Legeay - cave et bar à bières à ambiance moutarde (Doué-la-Fontaine)

Traita Service - Baptiste Debruyne - services spécialisés en horticulture, maraîchage et industries agroalimentaires (Auverse)

AD Confection - Jennifer Galliot - confection, habillement, textile (Nuaillé)

NETX Systems - Cédric Bonneau - domotique, électricité (Les Ulmes)

Contact :
Nadège Lardier - 02 41 83 53 69
nadege.lardier@maineetloire.cci.fr

LES 5 LAURÉATS DU CONCOURS DES ESPOIRS DE L'ECONOMIE 2020

Cook and Run



Cook and Run est née à Ecuillé en août 2017. L'entreprise fabrique des barres énergétiques bio et éco-emballées. L'idée est de proposer une alternative bio, savoureuse et unique sur le marché de la barre énergétique. Ce sont de vrais artisans, aucune des étapes de fabrication n'est sous-traitée.

cooknrun.com

J'Aime mes dents



J'aime mes dents (Althode) a été créée en avril 2017 à Angers. L'entreprise conçoit et commercialise des produits et accessoires d'hygiène sains, simples et éco-responsables réduisant très fortement l'usage du plastique en proposant une alternative en bambou. J'aime mes dents contribue au développement d'une sensibilisation écologique citoyenne en fabriquant des produits bucco-dentaires et des accessoires et produits d'hygiène sains pour le corps et la planète.

jaimemesdents.fr

Urbanoé



Ludovic Amy a créé Urbanoé en septembre 2017. Installée à Baugé-en-Anjou, l'entreprise est dédiée à la conception et à la fabrication de mobiliers et aménagements bois d'extérieur à végétaliser. Les enjeux de solidarité et de biodiversité sont au cœur de l'entreprise Urbanoé.

urbanoe.fr

Avenir Mobiliers



Après avoir exercé 35 années en menuiserie, charpente, Bertrand Pairochon a décidé de créer Avenir Mobiliers en octobre 2016 à Vihiers. Les produits proposés sont uniques, innovants et design. Le dirigeant invente, crée du mobilier innovant intérieur et extérieur en bois et métal apportant bien-être, convivialité, plaisir et nature.

avenir-mobiliers.fr

Traita Service



Baptiste Debruyne a repris les rênes de l'entreprise Traita Services en janvier 2016. Implantée à Auverse, l'entreprise propose des prestations de haute technicité avec du matériel innovant et spécifique à destination de la filière végétale (horticulture, maraîchage) et pour l'industrie agro-alimentaire.

traitaservice.com

Les 5 lauréats reçoivent un prix numéraire d'un montant de 2 000 € et un clip vidéo pour booster leur communication. Ils participeront à l'évènement la Grande Aventure d'Entreprendre le 8 juin 2021 au Centre de congrès d'Angers aux côtés des finalistes du concours des Espoirs de l'Economie 2021. N'hésitez pas à candidater pour le concours 2021 si vous avez créé ou repris une entreprise entre le 1er janvier 2017 et le 31 décembre 2019.

« *Malgré le contexte sanitaire, la CCI de Maine-et-Loire a maintenu le concours des Espoirs de l'Economie 2020. Si l'organisation et le format en ont été bouleversés, la qualité était au rendez-vous. Bravo à nos lauréats et au fidèle jury de notre concours qui reste mobilisé et continue de soutenir la dynamique entrepreneuriale !* », analysent Philippe Cougé et Philippe Vioux, membres élus à la CCI de Maine-et-Loire et organisateurs du concours.

Christelle Gourronc

YVANA BRETAUDEAU, ATTRIBUTIONS DE MARCHÉS.COM, SAINT-MACAIRE-EN-MAUGES

Entrepreneure dans le bâtiment, il suffit de se l'autoriser



Attributions de marches.com
6 rue Johannes Gutenberg
Saint-Macaire-en-Mauges
49450 Sèvremoine
02 41 29 04 10
attributions-de-marches.com

Directrice générale : Yvana Bretaudeau

Activité : vente d'informations sur les attributions de marchés

Effectif : 28 salariés

C.A. 2019 : 1,75 million d'euros

Découvrez l'interview vidéo ici →

Commerciale au sein d'une PME dans le bâtiment, Yvana Bretaudeau consacrait beaucoup de temps à la recherche d'informations sur le démarrage des chantiers. C'est alors que germe dans son esprit l'idée de créer un outil de prospection commerciale qui recense les chantiers de construction et les entreprises associées.

En 2009, elle profite de son congé maternité pour affiner son projet et se lance un défi : créer une entreprise qui concilie rentabilité, valeurs humaines et plaisir au travail. « *En France, c'est facile de créer son entreprise, nous avons tous les outils à disposition. De plus, nous sommes peu nombreuses dans la profession. Aussi, on nous remarque, c'est presque un avantage* », confie la dirigeante.

Attributions de marchés.com est créée en 2010. Yvana Bretaudeau, alors maman d'une petite fille, a à peine 24 ans. Accompagnée par la CCI, elle finalise avec l'aide d'un expert-comptable son business plan, un avocat élabore ses contrats commerciaux. Elle s'acquitte des formalités… « *Il est vrai que le démarrage de mon activité ne nécessitait pas de forts investissements, cela rend la création plus facile* », précise la dirigeante.

Installée à Saint-Macaire-en-Mauges, la PME propose un outil de veille à destination des commerciaux de l'ensemble des fournisseurs du bâtiment : les prestataires de services (agences d'intérim, loueurs de matériel), négociants (Point P) et fabricants (Lafarge, Legrand…). Le site Internet recense les chantiers en cours et les entreprises qui y sont associées. L'outil suit chaque projet et chaque appel d'offres un à un, pour faciliter le travail de prospection du commercial et lui permettre de se présenter au bon endroit, au bon moment. Sa valeur ajoutée est le suivi de l'attribution des entreprises sur chaque chantier, privé ou public, avant le démarrage des travaux. Le client souscrit un abonnement annuel dont le prix dépend de la zone géographique (un ou plusieurs départements, voire tout le territoire) et de la force commerciale de l'entreprise (nombre de commerciaux potentiellement utilisateurs du site). À ce jour, la plateforme recense près de 5 000 utilisateurs pour un taux annuel de renouvellement des abonnements de 75 %.

Jouer collectif

L'entreprise croît de 20 à 30 % par an jusqu'en 2020. Un développement pas-à-pas, département par département pour atteindre une couverture nationale en 7 ans et une augmentation des effectifs proportionnelle. Aujourd'hui, Attributions de marchés.com emploie 28 salariés qu'Yvana Bretaudeau accompagne avec enthousiasme. Ancienne joueuse à Cholet Basket, elle a cultivé son leadership grâce à la pratique du sport en compétition. Des années qui ont forgé son goût pour le travail en équipe et le partage. Ses collaborateurs, elle les recrute sur leur savoir-être. « *Notre organisation est peu hiérarchisée. Chacun est autonome et gère son planning. Je leur fais pleinement confiance* », ajoute-t-elle.

Le partage des valeurs communes, tel est le credo de la dirigeante. Des valeurs qu'elle retrouve également au sein de clubs de dirigeants comme l'Association Progrès du Management (APM), 100 000 entrepreneurs et le réseau Entreprendre du 44 pour lequel elle accompagne aujourd'hui une entreprise. « *Il est important de rendre à mon tour ce que j'ai reçu à mes débuts* », précise la dirigeante.

• • •

« À ce jour, la plateforme recense près de 5 000 utilisateurs »

• • •

Le premier confinement a stoppé nette l'activité d'Attributions de marchés.com. Il a fallu attendre novembre 2020 pour constater un retour à la normale, mais le marché offre toujours de belles perspectives.

Reste à stabiliser la situation post Covid, rassurer les salariés, leur redonner confiance pour se projeter à nouveau ensemble. La dirigeante s'interroge. Comment apporter autre chose que la rentabilité ? Comment apporter du sens ? « *Augmenter le chiffre d'affaires ne suffit plus* », déclare-t-elle. Un questionnement à l'aune de nouveaux projets pour la PME macairoise. Pas de doute, basketteuse de nationale 3, Yvana Bretaudeau est une entrepreneure de première division. ●

Christelle Gourronc

La proximité,

Un atout essentiel pour des projets de territoires pertinents.

Implantés au Carré d'Orgemont, les gérants de l'agence angevine d'architecture et d'ingénierie CRR, sont convaincus de la nécessité d'un ancrage local pour contribuer efficacement au développement urbain du territoire.


Emmanuel Prunevieille


David Mataillet

« Dans l'acte de concevoir, la connaissance des Villes et des Métropoles pour lesquelles nous travaillons constitue un atout essentiel » Emmanuel Prunevieille et David Mataillet, deux des associés de l'agence d'architecture angevine CRR Ecritures Architecturales, évoquent toute l'importance de la proximité pour mener à bien des projets de territoires pertinents, en cohérence avec des environnements sociaux, économiques, géographiques, culturels uniques.

Au cœur d'un environnement stimulant

Installée dans ses nouveaux bureaux depuis bientôt deux ans au « Carré d'Orgemont », au sud de la Ville, l'agence a fait le choix stratégique d'intégrer ce « nouveau quartier d'affaires angevin ». ***« Il s'agit d'un véritable outil de développement pour nous grâce à sa position géographique, mais aussi grâce à la diversité des profils d'entreprises qui nous entourent »***, assurent Emmanuel Prunevieille et David Mataillet convaincus par l'émulation qui règne ici.

« Nous sommes à proximité de nombreuses entreprises de services, ce déménagement représentant une réelle opportunité, confirme à son tour Eric Brossard, directeur de la société d'informatique UPLINK basée ici depuis un an. ***Notre visibilité auprès des professionnels est bien meilleure et cet environnement stimulant nous permet de nouer de nouveaux partenariats comme celui avec nos voisins les architectes de l'agence CRR. »***

D'après le promoteur aménageur à l'origine de ce projet Emmanuel Benoist, directeur d'AVL Benoist, ***« cette opération urbaine diversifiée et attractive correspond aux évolutions sociétales et aux nouveaux modes de travail ».*** Le Carré d'Orgemont comprend plusieurs bâtiments dans lesquels toutes les activités se côtoient : une crèche, deux restaurants, des bureaux, une grande salle de sport… Plus récemment, le premier drive piéton de la ville a pris place sur le site.
A terme, d'ici 2023, neufs bâtiments répartis sur 4 hectares composeront l'ensemble.


Agence CRR d'architecture et d'ingénierie — CARRÉ D'ORGEMONT

Si CRR intervient sur l'ensemble du territoire français depuis plus de trente ans, elle a su s'implanter durablement dans l'ouest de la France avec son antenne angevine. ***« Aujourd'hui, nous sommes fiers de contribuer à la croissance de l'agglomération angevine »***, annoncent les associés en référence à l'extension-restructuration du gymnase de la place de l'Europe à Montplaisir actuellement en chantier et à la réhabilitation de l'ex-patinoire du Haras en centre-ville d'Angers.

—



ÉCRITURES ARCHITECTURALES

crr-architecture.com


RESTRUCTURATION ET EXTENSION DU GYMNASE DE LA PLACE DE L'EUROPE — QUARTIER MONPLAISIR À ANGERS

EN BREF

Où trouver des informations sur les aides pour les entreprises ?

Les aides liées au plan de relance et les dispositifs COVID-19 : les-aides.fr

Les aides de la Région dans le cadre de la Covid-19 : paysdelaloire.fr/economie-et-innovation/covid-19-aides-economiques/aides-aux-entreprises

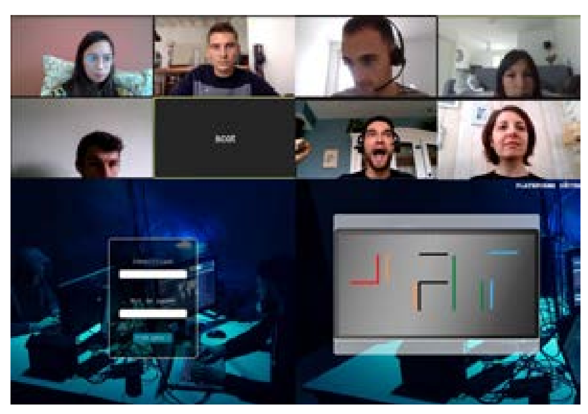
Le site du ministère de l'économie : economie.gouv.fr/covid19-soutien-entreprises/faq

Et si tous, nous anticipions une prochaine crise

La CCI de Maine-et-Loire et ses partenaires organisent la Rencontre de la prévention le 15 avril 2021 à partir de 9h. Une journée placée sous le signe de la prospective puisqu'elle a pour thème « Et si tous, nous anticipions une prochaine crise ». Un focus sur les dernières actualités règlementaires en santé-sécurité au travail clôturera la manifestation. La rencontre est co-organisée avec l'ARACT, la CARSAT, le CNAM-IHIE SSET Ouest, la CCI49, la DIRECCTE des Pays de la Loire, la MSA 49, le SMIA, le STCS, l'OPPBTP et la FDSEA 49. Informations et inscription sur maineetloire.cci.fr ou cnam-paysdelaloire.fr

SERVICES AUX ENTREPRISES

Coopéria innove avec l'escape game en visio



Pour faire face à la crise sanitaire et pérenniser son activité, Coopéria, spécialisée dans la conception d'escape games et de jeux à destination des entreprises, a innové en lançant un escape game en visioconférence. Simon et Manuel Toqué, frères et dirigeants de l'entreprise, ont donc fait le pari de digitaliser leur activité. Le principe, faire jouer jusqu'à 300 personnes réparties en équipe de 4 à 5 joueurs. « *Chaque participant doit disposer d'un ordinateur et d'une bonne connexion Internet. Dès le début du jeu, les joueurs reçoivent des documents uniques pour résoudre l'enquête. La communication est donc essentielle puisque chaque joueur dispose d'une partie de la solution de chaque énigme* », explique Simon. « *Un site web, spécialement créé pour le jeu, héberge certaines énigmes et des cadenas virtuels. Les participants doivent retrouver des codes, visionner des vidéos ou encore naviguer sur Internet pour déverrouiller ces cadenas* » complète Manuel Toqué. Créée en 2017, Coopéria est située à Feneu.

cooperia.fr

LES TROPHÉES DU COURRIER DE L'OUEST

OrNorme remporte le prix de l'Entreprise citoyenne

Chaque année, Le Courrier de l'Ouest organise les Trophées de l'économie, dont la CCI est partenaire pour le prix de l'Entreprise citoyenne. L'occasion de mettre en avant des femmes et des hommes qui participent au rayonnement économique du territoire. Pandémie oblige, la remise des prix n'a pas eu lieu en présentiel, mais les lauréats et les partenaires ont pu prendre la parole via des vidéos.

Le prix de l'Entreprise citoyenne récompense une entreprise de Maine-et-Loire qui s'est distinguée au cours des douze derniers mois dans au moins un des quatre domaines suivants : la protection de l'environnement ; son lien avec le territoire ; l'insertion des personnes handicapées ; le management.

C'est donc la société OrNorme qui a remporté le prix. Située à Brain-sur-Allonnes, elle est très active dans la lutte anti-gaspillage. Son concept est de valoriser en conserves, les fruits et légumes déclassés qui seront ensuite vendus dans les épiceries en vrac, épiceries fines, salons de thé ou en grande distribution. OrNorme transforme ainsi les fruits et légumes déclassés en compote, velouté et même en ketchup. La production a débuté en octobre 2020 et devrait atteindre les 100 000 bocaux par an. Très investie sur le volet social, l'entreprise a également obtenu un agrément pour devenir une entreprise d'insertion.

Les lauréats des Trophées de l'économie

- **Trophée Entrepreneur de l'année :**
  Didier Château, Générale des services
- **Trophée Le coup d'éclat :**
  Florian Proust, menuisier ébéniste
- **Trophée de L'innovation :**
  Vincent Bernard, Pulsion Design
- **Trophée Entreprise citoyenne :**
  Peggy Jousse-Peralta, OrNorme
- **Trophée Jeune créateur :**
  Pick'n Pay - Projet collectif porté par Stéphane Mocher (SM Composite), Christelle Houdmon et Gérald François (Litote), Céline Urbain (Bizz-Up)

Trois autres entreprises étaient nommées pour ce prix :

Gohé Fashion Accessories (Beaucouzé) : l'entreprise, qui travaille pour les plus grandes marques de luxe, a créé un cintre en matière compostable, abandonnant le plastique.

Vive le végétal (Les Ponts-de-Cé) : ces horticulteurs zéro plastique ont ouvert un « végédrive » en pleine pandémie, avec pour objectif de fournir aux particuliers des plants pour jardiner tout en écoulant les productions.

Éram : avec la marque Sessile, l'entreprise La Manufacture basée à Montjean-sur-Loire (environ 150 salariés) fabrique des chaussures à la fois recyclables, réparables et réalisées à partir de matériaux recyclés.

La CCI de Maine-et-Loire salue la récompense de Didier Château, un de ses actifs membres élus, lauréat du Trophée entrepreneur de l'année.

Christelle Gourronc

HÉLÈNE GUEURIOT, VERT HORIZON, ANGERS

Une entreprise qui marque



Vert Horizon
Village des Entrepreneurs
461 rue Saint Léonard
49000 Angers
07 69 49 30 98

Dirigeante : Hélène Gueuriot

Activité principale : marquage au sol, traçage peinture, pose panneaux de signalisation

Effectif : 3 salariés



Découvrez l'interview vidéo ici →



Spécialisée dans le marquage au sol et la pose de panneaux de signalisation, Vert Horizon s'est installée à Angers il y a 3 ans. Pilotée par Hélène Gueuriot, cette petite entreprise a su se faire une place parmi les grands du BTP.

De l'énergie, Hélène Gueuriot en a eu à revendre pour mener à bien son projet entrepreneurial Vert Horizon. Suite à une rupture conventionnelle, elle est passée du statut de salariée à celui de cheffe d'entreprise. « *Jamais je ne me serais crue capable, à plus de cinquante ans, d'endosser les responsabilités et les soucis d'une dirigeante* » s'étonne-t-elle encore. « *Il faut s'entourer de conseils efficaces, de soutien moral, avoir une bonne dose d'optimisme et du courage pour se lancer* ».

Une décision mûrement réfléchie

Ayant travaillé pendant plus de 25 ans dans les métiers du BTP, elle connaissait bien toutes les facettes du secteur du marquage au sol. Fin 2016, lorsqu'elle se retrouve au chômage, et malgré des offres d'embauche qui n'aboutissent pas, son entourage lui suggère de pousser la porte de la MCTE (Maison de la Création et de la Transmission d'Entreprise) à la CCI de Maine-et-Loire. S'ensuivent les réunions d'information, ateliers, rendez-vous avec un conseiller CCI, l'inscription au stage « *5 jours pour entreprendre* », la rencontre avec les différents partenaires de la création. « *Il m'aura fallu 8 mois pour constituer mon business plan, trouver un local pas trop grand situé au Village des Entrepreneurs, à Angers, grâce aux conseils d'Aldev, embaucher des personnes expérimentées. Côté financement, Initiative Anjou m'a octroyé un prêt d'honneur de 10 000 euros à taux zéro, véritable coup de pouce pour démarrer. Et en mai 2018, je créais ma propre entreprise, Vert Horizon* » raconte Hélène Gueuriot, des étoiles plein les yeux. Avant de franchir le pas, elle était passée par des phases de découragement, des nuits blanches à re-examiner son projet. « *Mais j'ai toujours eu la chance de m'entourer de personnes qui dégageaient suffisamment d'énergie positive pour me rebooster* ».

Marquages au sol

« *Les six premiers mois ont été très difficiles* » ose avouer Hélène Gueuriot. Ancienne commerciale dans le BTP, elle a conservé de bons contacts avec ses anciens clients qui lui ont fait confiance dès le début. L'entreprise est spécialisée dans la pose de panneaux de signalisation routière (panneaux de localisation, de stationnement, d'intersection…), la pose de mobilier urbain dans les centres-bourgs (ralentisseurs sur les chaussées…). Ses clients qu'elle démarche elle-même, ou qui connaissent l'entreprise par le bouche-à-oreille, sont les mairies, les Communautés de communes, les travaux publics (pour des chantiers en sous-traitance) mais aussi des entreprises (ex. signalisation sur les parkings des centres commerciaux…). Vert Horizon assure le marquage peinture au sol (passage piétons, bandes blanches…). « *Nous sommes sur un secteur de niche. Il n'y a pas de formation dans les écoles et les agences d'intérim n'ont pas ce genre de profil. C'était compliqué pour moi de trouver une personne compétente connaissant déjà le métier. J'ai investi dès le début dans une machine thermoplastique complexe qui a piqué la curiosité de mon conjoint. A tel point qu'il a décidé de démissionner de son poste dans la restauration pour me rejoindre dans l'entreprise. Je venais d'embaucher mon premier salarié !* » sourit-elle fièrement.

> « Il faut s'entourer de conseils efficaces, de soutien moral, avoir une bonne dose d'optimisme et du courage pour se lancer »

Chez Vert Horizon, chacun a sa place. Hélène Gueuriot gère la partie commerciale, les relations avec ses fournisseurs, ses clients, sa banque, son comptable… pendant que son mari est sur le terrain avec son coéquipier. « *Nous avons subi le premier confinement et l'arrêt d'activité en mars dernier. 2020 aurait dû être une année exceptionnelle, avec la prévision d'une embauche. L'activité a repris en juin avec une belle cadence et un bilan positif en fin d'année dernière* ».

Savoir s'entourer de personnes de confiance

« *Sans le soutien et l'encouragement de mon entourage familial mais aussi des conseillers de la MCTE, d'Aldev, des partenaires, jamais je n'aurais franchi le pas. Depuis, quelle formidable expérience qui génère l'envie de me lever le matin pour m'occuper de ma petite entreprise avec bonheur* ». ●

Dominique Gruson

PORTRAIT D'ÉLUE DE LA CCI

Edith Giffard

Edith Giffard représente, avec son frère Bruno, la 4ème génération à la tête de la maison Giffard. Pourtant, rien ne la prédestinait à reprendre l'entreprise familiale puisqu'à 20 ans, elle quitte Angers afin de poursuivre à Paris ses études de droit pour devenir avocate. Mais sa Maîtrise de droit pénal en poche et tout juste diplômée de l'Institut de criminologie, elle quitte définitivement le droit et intègre le Centre de Communication Avancée (CCA), société d'études créée par le sociologue Bernard Cathelat. « *Mon premier sujet portait sur les styles de vie des Français face aux médias. C'était un job étudiant qui devait durer un mois. Finalement, j'y suis restée 6 ans* », confie Edith Giffard.

Puis, rattrapée par le parfum de menthe poivrée, elle rejoint l'entreprise familiale pour promouvoir la marque auprès des bars parisiens d'abord, puis en France et à l'international. L'enjeu dans les années 80 était de rendre aux liqueurs, alors considérées comme surannées, leurs lettres de noblesse. Pari réussi, aujourd'hui la liqueur y a toute sa place, que ce soit la Menthe-Pastille, produit historique, ou la gamme des liqueurs Giffard utilisées dans les bars du monde entier. Giffard est d'ailleurs depuis peu dans le Top 3 du classement Drinks International des meilleures liqueurs mondiales. Une belle reconnaissance pour tous les collaborateurs de l'entreprise. Giffard c'est aujourd'hui plus de 60 liqueurs et 90 sirops.

Un retour aux sources

Après avoir développé la marque familiale depuis Paris, Edith Giffard revient à Angers en 2010. Elle redécouvre sa ville natale, s'y investit pleinement, crée l'Espace Menthe-Pastille pour y recevoir Angevins et étrangers. Très impliquée dans la Fédération Française des Spiritueux en tant que vice-présidente, elle s'engage aussi au sein de l'ONG « *1001 fontaines* » qui agit en faveur de la santé des populations vulnérables et a développé un modèle d'accès à l'eau pérenne.

« *Permettre aux populations locales de créer leur micro-entreprise, les former pour produire de l'eau potable de manière autonome est un modèle responsabilisant, fort et durable. Je m'investis sur le projet « Water in school » qui distribue chaque jour de l'eau saine aux enfants qui en manquent* ».



Edith Giffard rejoint la CCI en 2016 et y anime les « *petits déjeuners export* », un cycle de rencontres à destination des primo exportateurs. « *L'international est une force pour une entreprise. Giffard réalise 60 % de son CA à l'export et c'est un réel atout pour surmonter la crise sanitaire que nous subissons* ». Des temps de partage, de conseil, et d'écoute avec de futurs exportateurs qu'elle entend bien poursuivre.

Christelle Gourronc

LA DÉFENSE

Défense Mobilité, une politique RH des armées



Parmi ses nombreuses missions d'accompagnement et de soutien, Défense Mobilité déploie une politique RH pour ses militaires en reconversion quels que soient leur parcours et leur contexte familial.

Insérer les publics jeunes les moins qualifiés

Le contrat d'apprentissage ou de professionnalisation peut être un levier de reconversion très avantageux pour un jeune militaire qui veut réorienter son parcours professionnel. Défense Mobilité a intégré ce dispositif de formation et de recrutement potentiel dans le panel des aides proposées aux ayant-droits. Le chargé de relations entreprises de l'antenne collecte et communique les offres de recrutement en alternance, contribuant ainsi à mieux guider les candidats dans la définition de leur projet professionnel. Ceux qui ont choisi cette formule ont pu se former aux métiers de conducteur de travaux du bâtiment, boucher, technicien de réseaux et télécommunication, animateur QHSE, assistant de gestion PME-PMI…

Favoriser l'accès à l'emploi des conjoints

Améliorer la condition du personnel militaire en activité est un souci constant pour le Ministère car elle contribue à la fidélisation de la ressource humaine. Défense Mobilité a son rôle à jouer auprès des conjoints en recherche d'emploi sur la garnison d'affectation. Le « Plan Famille » leur permet d'accéder plus largement à des prestations d'accompagnement et de bénéficier d'une aide au financement d'une formation professionnelle.

Inter-agir avec l'opérateur public national de l'emploi

Instaurée depuis 2012, la convention de délégation de service s'adapte à l'actualité. L'accompagnement de Défense Mobilité au profit des militaires se poursuit pendant 3 ans après le départ de l'Institution si c'est nécessaire, grâce à un partenariat avec Pôle Emploi. L'effort est porté sur les publics les plus éloignés de l'emploi, souvent jeunes. Au sortir de la crise de la Covid-19, le dispositif « #1 jeune 1 solution » accompagne les 16-25 ans pour construire leur avenir. Le plan d'action mis en œuvre par Pôle Emploi intègre Défense Mobilité comme partenaire de l'accompagnement pour tout jeune demandeur d'emploi ex-ressortissant des armées. L'offre de services de Défense Mobilité est clairement identifiée dans le kit d'aide à l'orientation des jeunes vers les partenaires, remis aux conseillers de Pôle Emploi.

Relation avec les entreprises

Un protocole de coopération Armées/MEDEF en Anjou a été signé le 21 septembre dernier. Cette coopération prévoit des partenariats au niveau local sur nombre de volets reliant les entreprises et les armées, parmi lesquels l'aide à l'insertion professionnelle des ressortissants des armées.
Les signataires se sont engagés à prendre appui sur l'offre de service de Défense Mobilité pour mettre en œuvre et concrétiser leurs actions de coopération : proposition de CV aux entreprises qui recrutent, préparation des candidats aux entretiens de recrutement par l'organisation de simulations, participation à l'organisation d'évènements, communication d'informations sur le marché de l'emploi…

Contact :
Défense Mobilité Pays de Loire
Marie-Pierre Dugauquier - Tel : 02 41 33 72 73
marie-pierre.dugauquier@intradef.gouv.fr

JOHANA BISEUX, BAUDON, CHOLET

L'entreprise de peinture reprend des couleurs



Baudon
5 bis rue de la Flèche
49300 Cholet
02 41 62 05 05
baudonsa.com

Directeur général : Johana Biseux
Activité : travaux de peinture, revêtements de sols
Effectif : 40 salariés
C.A. 2019/2020 : 1,9 million d'euros

Membre du Réseau Entreprendre 49

Découvrez l'interview vidéo ici →



Implantée à Cholet depuis 130 ans, l'entreprise Baudon est spécialisée dans la décoration intérieure. La PME ancrée sur son territoire, presque une institution, renoue avec la croissance.

Depuis fin 2017, Johana Biseux partage la direction des Ets Baudon avec Cyril Lardeux. Titulaire d'un BTS assistante de gestion, elle gère la partie administrative, juridique et sociale, tandis que lui met ses compétences opérationnelles au service du suivi de chantier. Tous deux anciens salariés de l'entreprise forment un binôme parfaitement complémentaire. « *Nous nous appuyons sur les solides fondations de l'entreprise pour avancer* », explique Johana Biseux.

À la reprise de l'entreprise, l'enthousiaste dirigeante a su s'entourer et se faire accompagner. Elle a développé son réseau auprès des anciens dirigeants de la PME et aujourd'hui est très investie au Medef, à la Fédération du Bâtiment et dans le Réseau Entreprendre. Des réseaux auprès desquels elle recherche avant tout des échanges. « *Se nourrir de l'expérience des autres dirigeants, c'est ce qui me permet d'avancer* », assure-t-elle. L'entreprise est spécialisée en peintures intérieures décoratives, revêtements muraux et de sols, travaux extérieurs (nettoyage, traitement et ravalement de façade). Ses clients sont Choletais, mais aussi Nantais, Angevins ou Vendéens. Depuis 2 ans, la PME a modernisé son image (nouveau logo, nouvelle charte graphique, nouveau site Internet) et surtout changé de stratégie en développant l'offre aux particuliers. « *Baudon répondait essentiellement à des appels d'offres privés et publics sur des logements type maisons de retraite. Cette diversification a offert de nouvelles perspectives. Il n'est pas rare que des dirigeants d'entreprises nous sollicitent pour la décoration de leur résidence secondaire située sur la côte vendéenne* ».

Une palette de bonnes idées

Lors du premier confinement, nombreux ont été les particuliers à réaliser eux-mêmes des travaux d'intérieur. C'est là que l'idée leur est venue de proposer un nouveau service : le coaching professionnel. Il s'agit d'un accompagnement d'une heure ou plus avec un professionnel pour apprendre les bons gestes, choisir la peinture adéquate, préparer le support à peindre. Autant de conseils utiles notamment pour les primo-accédants. Ce service leur donne aussi accès à la bibliothèque de produits jusque-là réservée aux professionnels. L'entreprise souhaite également proposer à la vente du papier peint au mètre linéaire pour éviter les déchets et le gaspillage.

À l'écoute de son marché, Johana Biseux ambitionne de créer sa propre marque de peinture. « *Être en veille sur les nouvelles tendances est une nécessité dans nos métiers, il faut suivre la mode des couleurs, des objets de décoration. Aujourd'hui, le panoramique est en vogue, mais demain ?* ».

L'apprentissage en toile de fond

Baudon lie un partenariat étroit avec le CFA de la CCI de Maine-et-Loire à Cholet. « *Dans quelques années, de nombreux salariés partiront en retraite. Nous devons préparer l'avenir et cela passe par l'apprentissage* », explique la dirigeante. Développer l'apprentissage est un combat qui lui tient à cœur et l'entreprise emploie régulièrement

« Il faut suivre la mode des couleurs, des objets de décoration. Aujourd'hui, le panoramique est en vogue, mais demain ? »

des apprentis pour préparer la relève. Tout récemment, Baudon a d'ailleurs recruté un jeune en CAP peinture suite à son stage de découverte au sein de l'entreprise.

À moyen terme, la PME souhaiterait acquérir les nouveaux locaux qu'elle occupe depuis 2018 et dont elle est locataire. Pleine de dynamisme, la dirigeante est confiante pour l'avenir. « *Nous sommes sur un territoire d'une grande vitalité. De nombreux chantiers sont à venir sur l'agglomération choletaise, les déménagements de Thalès, l'Abeille..., autant de projets sur lesquels les entreprises locales pourront se positionner* ». Johana Biseux s'interroge aussi sur une possible implantation à Angers ou en Vendée. Et à la question, est-il difficile d'être une femme dans un univers d'homme ? Elle aime à répondre : « *Au contraire, ils prennent soin de moi et j'adore ça !* ».

Christelle Gourronc

LECTORAT

Enquête de lectorat Anjou Eco : ce qu'en disent les lecteurs

Parce que ce sont les lectrices et les lecteurs qui en parlent le mieux, Anjou Eco a lancé une enquête de lectorat auprès d'un panel de quelque 10 300 abonnés (ayant une adresse électronique renseignée). Leurs réponses permettront de contribuer à faire évoluer ce trimestriel.

Votre magazine économique Anjou Eco se parera d'une nouvelle maquette à partir du numéro de mai 2021. Aussi, il était intéressant de pouvoir prendre le pouls de ses lecteurs et s'appuyer sur leurs avis et commentaires pour ajuster son contenu.

Anjou Eco et son contenu

Les résultats de l'enquête de lectorat lancée en septembre dernier, ont révélé que 90 % des répondants au sondage connaissent Anjou Eco et 77 % savent que la CCI est éditrice du magazine. Sa version papier est plébiscitée à 98 %. 44 % des personnes déclarent lire Anjou Eco de temps en temps et 42 % systématiquement (la moitié y consacre de 10 à 20 mn) avec un taux de satisfaction à 92 %. Son format (56 pages quadrichromie) et la mise en page conviennent à 97 % d'entre eux. Le format papier reste encore préféré à 74 %.

Les différentes rubriques sont appréciées différemment : « L'Invité » 88 %, « Le fil d'actu » (brèves sur les entreprises et les territoires) : 95 %, les « Regard » (portraits de chefs d'entreprises) : 94 %, les « Enquêtes » : 91 %, « Tendance » : 88 %, les pages thématiques CCI : 88 %.
Le volume d'information contenu est globalement adapté (89 %) et utile (88 %). 79 % des lecteurs ne souhaitent pas voir intégrer de nouveaux sujets. Cependant, parmi les commentaires recueillis dans l'enquête, certains souhaitent retrouver dans les pages du magazine davantage de données concernant l'environnement et ses notions d'écologie, les territoires, les collectivités locales, mais aussi un coup de projecteur sur les micro-entreprises, les nouveaux métiers… et bien d'autres suggestions pour des articles à venir.

90 % connaissent le magazine
92 % sont globalement satisfaits
Anjou Eco est une source d'information utile pour 86 % des lecteurs
Version papier lue à 98 %

Anjou Eco et sa version numérique

La version numérique du magazine disponible sur le site maineetloire.cci.fr/anjou-eco n'est consultée qu'à 26 % avec un accès jugé facile à 43 %. Les vidéos des portraits des chefs d'entreprises mis en avant dans la rubrique « Regard » sont consultées à 3 % seulement (via le site Internet à 50 % ou la chaine YouTube à 41 %) mais requièrent toutefois un intérêt estimé à plus de 70 % des internautes. L'apposition d'un QR Code dans la version papier permettra de visualiser directement ces vidéos.
Après lecture, Anjou Eco est mis à disposition de la clientèle et/ou des salariés pour 43 % ou archivé (14 %).

Dominique Gruson

APPRENTISSAGE

Faire le choix de l'apprentissage

La crise sanitaire a perturbé les modes de communication avec un recours accru au format distanciel pour les évènements, les salons… Afin de garder un lien avec tous ses partenaires, CCI Formation 49 s'est doté d'un outil valorisant ses savoir-faire : un supplément rédactionnel de 8 pages distribué le 19 novembre dernier à presque 95 000 exemplaires auprès des lecteurs du Courrier de l'Ouest et de Ouest France.

Premier CFA des Pays de la Loire, CCI Formation 49 propose des formations diplômantes à ses 3 500 apprentis et apprenants, sur les trois sites (Angers, Cholet et Saumur). Malgré la crise actuelle et la réforme de l'apprentissage, les effectifs sont en augmentation de 8 %.
« *L'apprentissage est une voie d'excellence pour apprendre un métier. Chaque année, 94 % des apprentis décrochent leur diplôme. 87 % des apprenants obtiennent un emploi ou décident de poursuivre leur cursus, 6 mois après leur formation. Connectés avec les professionnels du territoire, nous faisons évoluer les dispositifs pour proposer les parcours de formation les plus efficaces* » précise Eric Grelier, Président de la CCI de Maine-et-Loire.



Dispositifs d'aides

« *Plusieurs dispositifs sont mis en place pour assurer la réussite des formations* » précise Sandrine Capèle, directrice du CFA de la CCI. « *Nous aidons les jeunes à trouver leur voie parmi les 90 diplômes proposés et les 16 filières métiers* ». L'apprentissage c'est aussi trouver une entreprise qui assurera les cours par alternance. L'opération de coaching « *Je booste mon orientation* » permet d'accompagner les jeunes dans leurs démarches de recherche. La CCI conseille les entreprises pour définir leurs profils d'apprentis. « *Depuis la réforme de l'apprentissage, nous avons un lien direct avec les demandeurs (salariés, particuliers…) pour les aider dans l'utilisation de leur Compte Personnel de Formation (CPF)* ».

Opportunités pour progresser

L'apprentissage c'est aussi la reconnaissance d'un savoir-faire acquis à travers l'obtention de médailles à des concours prestigieux (Olympiades des Métiers, Worldskills, Un des Meilleurs Apprentis de France…), la mobilité internationale et l'engagement dans des projets solidaires et professionnels. En mars dernier, la 1e édition des « *24 heures de la Cré@* » a plongé pendant une journée entière une cinquantaine d'apprentis qui devaient relever le défi de créer en équipe un projet entrepreneurial.

Dominique Gruson

Contact CCI :
Sandrine Capèle - 02 41 20 54 27
sandrine.capele@maineetloire.cci.fr

Pour en savoir plus : cciformation49.fr

Journées Portes ouvertes

« CCI Formation vous donne rendez-vous »
les 12 et 13 février 2021

8e Nuit de l'Orientation

• Format digital le 19 février 2021

#FranceRelance : « make industrie great again »…

Investir dans l'économie de demain et sauver les emplois d'aujourd'hui. Annoncé par le Gouvernement le 3 septembre 2020, le Plan « France Relance » vise de fait, d'une part, à créer 160 000 emplois en 2021 et à redresser l'économie française d'ici 2022 et, d'autre part, à investir dans les domaines les plus porteurs pour préparer la France de 2030 et générer les emplois de demain.

Pour atteindre ces objectifs, trois priorités ont été fixées : la transition écologique, la compétitivité des entreprises et la cohésion sociale et territoriale. Le plan comprend 70 mesures et dispose d'un budget important de 100 milliards sur deux ans, dont 40 % financés par des fonds de l'Union Européenne (sous forme de subventions). Ce plan axé sur la reprise et la préparation de l'avenir fait suite aux mesures d'urgence, financées à hauteur de 470 milliards d'euros, destinées à faire face aux conséquences de la crise sanitaire.

L'industrie est au cœur des priorités de « France Relance » : notre réseau CCI s'est mobilisé fortement pour faire connaître les 46 dispositifs



prévus pour les industriels. A l'échelle nationale, les CCI ont contacté 33 400 PMI de 6 à 250 salariés sur 6 semaines (fin septembre à début novembre) afin de détecter les besoins des dirigeants et orienter vers les aides correspondantes au travers de 8 thématiques : emplois/compétences, accélération du développement, transition numérique, transition écologique/décarbonation, besoin de financement, innovation, export et relocalisation. A l'échelle nationale, ce sont près de 11 000 PMI ayant manifesté un intérêt certain pour ces mesures. Sur les 2 200 PMI contactées en Pays de la Loire, près de 700 concernent le Maine-et-Loire : une équipe dédiée de 15 collaborateurs CCI a passé plus de 1 700 appels téléphoniques. Ainsi, la CCI a pu, non seulement qualifier les besoins des industriels mais aussi mesurer l'impact de la crise actuelle :

- **43 % des industriels du Maine-et-Loire se sont déclarés fortement impactés**
- **Les mesures sur les emplois et les compétences ont suscité l'intérêt de la moitié des industriels,** notamment l'embauche des jeunes - mesures également poussées fortement par les syndicats professionnels
- **43 % des PMI sont intéressées par les mesures sur le numérique** : subvention de 10 à 20 % des dépenses éligibles d'un investissement productif (jusqu'à 400 K€) et accompagnement
- **Un tiers des PMI ont l'envie d'accélérer leur transition écologique** : prêts verts ADEME-BPI, prêts économie d'énergie, modernisation des procédés et chaleur bas carbone…
- **Une centaine de projets d'investissements ont été détectés** et un grand nombre a été aiguillé vers les dispositifs Territoires d'Industrie, l'aide à l'investissement « Industrie du futur », les appels à projets pour les secteurs aéronautiques et automobiles (voir encadré).

Enfin, plus de 300 industriels ont demandé à être rencontrés par un conseiller thématique CCI (industrie du futur, apprentissage/formation, financements, énergie, économie circulaire, écoconception…) : la quasi-totalité a été visitée à la fin 2020.

Un emploi créé dans l'industrie engendre par effet induit, 3 à 4 emplois dans le commerce, le tertiaire et dans les services non marchands… L'industrie est une priorité stratégique d'un plan d'une ampleur inédite pour relancer notre économie et surtout accélérer les transitions écologiques et numériques.

Contact CCI :
Christophe Houeix - 02 41 20 54 58
christophe.houeix@maineetloire.cci.fr



Delta usinage et Neken à Mûrs-Erigné

Fabricantes de pièces motos (guidons, pièces usinées… 90 % à l'export), les entreprises Neken et Delta usinage dirigées par Philippe Bochereau ont bénéficié d'une aide dans le cadre de l'appel à projet Territoires d'industrie géré par la DIRECCTE avec la Région pour le futur agrandissement de l'usine. *« Ce nouveau bâtiment de 2 800 m² permettra de désengorger les ateliers de fabrication. Cette aide financière va accélérer ce projet de modernisation ».*

Fiche technique : 70 salariés
Création d'emplois : 6 à 8 à mi 2022
Retrouver l'interview de Philippe Bochereau :
youtu.be/8_Btp0F26NI

SIO à Beaucouzé

Sous-traitante aéronautique et spécialisée dans la finition de pièces techniques (peinture, marquage…), SIO a bénéficié de l'appel à projets Aéronautique géré par la DIRECCTE avec BPI. Pour son dirigeant, François Dallet, *« l'objectif de ce projet est d'augmenter nos capacités, moderniser nos installations en les rendant plus digitales c'est-à-dire avoir une usine connectée, et mieux maîtriser nos process et l'impact environnemental ».*

Fiche technique : 35 salariés
Création d'emplois : 15 d'ici 3 ans
Retrouver l'interview de François Dallet :
youtu.be/rkV1MFcV9q4

La Fresque du climat

Le jeu qui aide les organisations à lutter contre le réchauffement climatique

Sujet lointain, sujet complexe, sujet ennuyeux, sujet négatif… Pas facile d'aborder la question du changement climatique. Et parce que les sujets stratégiques sont nombreux, celui-ci n'a pas toujours la priorité au sein d'entreprises déjà pressées de se digitaliser, de développer leur marque employeur, etc. Une méthode collaborative et pédagogique permet de sensibiliser au changement climatique de façon ludique. Une façon de se mettre en mouvement sur le sujet avant d'imaginer des actions concrètes, intitulée « La Fresque du climat ».



La CCI de Maine-et-Loire a organisé en octobre 2020 un atelier autour de la Fresque du climat lors d'une de ses assemblées générales.

Comprendre le réchauffement climatique

En 2015, Cédric Ringenbach, ingénieur à l'École Centrale de Nantes, conférencier et consultant en transition énergétique pour les entreprises et les organisations, enseignant en problématiques énergie-climat dans de grandes écoles, crée la Fresque du climat sur la base des rapports du GIEC (Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat). Son projet alors : sensibiliser ses étudiants au changement climatique avec une méthode ludique permettant, en peu de temps, de découvrir le fonctionnement du climat ainsi que les causes et conséquences de son dérèglement. Une méthode qu'il étend, trois années plus tard, en fondant l'association du même nom. Aujourd'hui, l'outil passé en open source est accessible à tous. Il permet à toute organisation qui le souhaite, de prendre conscience de la complexité du changement climatique en proposant une vision d'ensemble du sujet et en mettant en relief les liens de cause à effet. Benoît Buffry, co-fondateur associé de Mobeetip, anime des Fresques du climat au sein d'entreprises ou de collectivités. « *Cet outil permet de saisir simplement les liens entre les actions humaines et leurs conséquences pour notre planète. En deux-trois heures, les participants comprennent les principaux enjeux énergie-climat. C'est un préalable indispensable car tant que l'on n'a pas compris la problématique, on ne peut pas apporter la bonne réponse* ».

Prendre conscience de son rôle

En vulgarisant le sujet, la Fresque du climat donne accès à des concepts qui peuvent sembler complexes et lointains. La puissance de l'outil réside dans le fait de rendre les participants acteurs de la démarche : « *Réaliser une fresque soi-même, en cherchant à disposer les cartes sur la feuille est une façon de faire l'expérience de la prise de conscience. C'est très différent du mode conférencier. C'est d'ailleurs souvent très marquant pour les participants. Et c'est pour cela que nous prenons un temps de débriefing et de partage autour de ce qui a été découvert, pour encaisser sa prise de conscience.* » explique Benoît Buffry. Une expérience qu'Alexis Desjeux n'est effectivement pas prêt d'oublier. Le fondateur dirigeant de l'agence de communication Desjeux Créations, aux Alleuds, et Président du CELLA (Club des Entrepreneurs en Loire Layon Aubance) a participé à une Fresque du climat organisée par le Conseil économique du territoire Loire Layon Aubance, à la Recyclerie de Thouarcé. Pour l'entrepreneur, il y a un avant et un après cette expérience. « *La Fresque du climat nous fait une démonstration très concrète. On est loin de la théorie, loin des projections à long terme. D'un coup, en disposant les cartes sur la table, en cherchant à faire le lien entre mon activité d'humain et ses conséquences sur la planète, j'ai très précisément pris conscience de l'enjeu de notre situation climatique. Les famines, les migrations de masse, les guerres. En fait, nous avons tous les moyens de changer les choses pour arrêter ce dérèglement. Quand on prend conscience de cela, quoi que l'on vous demande de faire ensuite, vous le faites !* ».

• • •

> « La Fresque du climat permet de faire un premier pas ludique sur des données scientifiques »

• • •

L'électrochoc avant l'action

Si la Fresque du climat s'anime dans un esprit de collaboration, ludique et convivial, la prise de conscience est réelle. Il ne s'agit pas de masquer la réalité mais bien de la rendre intelligible. Pour Élise Charleux, chargée de mission économie circulaire au sein de la Communauté de communes Loire Layon Aubance, qui a également participé à une animation de Fresque, l'électrochoc est indispensable. « *La Fresque du climat est vraiment un bon outil pour se lancer sur le sujet. Aujourd'hui, les entreprises ont du mal à prioriser leurs sujets et à prendre conscience de l'urgence environnementale. Cet outil est pertinent*

pour des élus, des chefs d'entreprises. Si eux sont convaincus, ils peuvent mettre en place des actions concrètes. Cela peut être un déclencheur puissant, une impulsion qui met le sujet climatique au cœur des stratégies des territoires et des entreprises ». Car après la prise de conscience, vient le temps de l'action. Comment agir pour changer le constat ? Benoît Buffry conseille aux entreprises de se faire accompagner pour mener leur projet de transition bas carbone. « *Passé le premier temps de la sensibilisation et de la formation aux enjeux énergie-climat, les organisations ont besoin de repères pour savoir dans quelles directions orienter leurs actions. C'est le sens des diagnostics comme les bilans carbone qui permettent de voir les différents postes d'émissions de gaz à effet de serre dans la structure puis de bâtir le plan de réduction adéquat.* » Mobeetip développe aussi des plateformes logicielles permettant d'animer le plan d'action en valorisant et récompensant les bonnes pratiques mises en place par les équipes. « *Par exemple, une entreprise récompense les éco-gestes de ses équipes (comme réduire les impressions, éteindre les appareils en veille le*

La CCI accompagne les entreprises dans leur transition

Pour devenir acteur de ces transitions et identifier ses priorités, la CCI accompagne les entreprises :

- sur l'optimisation de leurs consommations énergétiques, en établissant avec l'association ORACE, une feuille de route sur deux ans (information, montée en compétence, accompagnement personnalisé avec des experts référencés par ORACE).
  orace.fr
- sur la mise en œuvre de l'économie circulaire et collaborative (optimisation des matières, déchets, opérations groupées-mutualisées, éco-conception des produits et services, remploi de matériel-matières…) avec l'association ADECC (Association pour le Développement de l'Economie Circulaire et Collaborative).
  adecc.org



soir ou même venir au bureau en vélo), en versant pour chaque éco-geste des petites sommes qui alimentent une cagnotte. Celle-ci permettra de financer des projets à impacts positifs choisis par les collaborateurs. Cette reconnaissance de leur investissement à leur échelle est souvent un moteur pour les équipes ».

Ne plus attendre

La Fresque du climat permet de faire un premier pas ludique mais on ne peut plus rigoureux puisqu'elle s'appuie sur des données scientifiques. « *Le rôle de l'animateur est aussi de vulgariser et d'expliquer des concepts scientifiques qui peuvent sembler nébuleux, comme le principe de l'effet de serre, par exemple.* » explique Benoît Buffry. Pour l'animateur, les enjeux sont pluriels. Parmi eux, il distingue aussi pour les entreprises, la nécessité d'anticiper des contraintes réglementaires qui se durcissent. « *Le procès contre l'État pour inaction climatique ou la célèbre "affaire du siècle" créent des pressions en cascade qui se répercutent sur les entreprises. Elles doivent désormais se saisir à leur manière du sujet climatique (et énergétique) avant d'y être contraintes. C'est aussi une opportunité stratégique pour elles.* » Alexis Desjeux a d'ores et déjà identifié ses leviers d'actions : « *optimiser mes déplacements, favoriser les circuits courts, trier nos déchets, isoler notre bâtiment, changer mon mode alimentaire, consommer avec modération voire déconsommer… Il ne sert à rien de faire l'autruche. La Fresque du climat ouvre les yeux et je suis encore suffisamment optimiste pour avoir envie d'agir. L'action individuelle, la part du Colibri*, représente 30 % de l'action globale.* » Des territoires aux PME, en passant par les institutions et de grands groupes, La Fresque du climat a déjà largement séduit. L'ancien Ministre de l'écologie, du développement durable et de l'énergie, fondateur de la Fondation pour la Nature et l'Homme, Nicolas Hulot, en témoigne lui-même : « *Demain, le changement climatique nuira tragiquement aux activités humaines. Un scénario complexe pas toujours visible et palpable que La Fresque du Climat met intelligemment et utilement en évidence.* » ●

Aurélie Jeannin

Comment jouer ?

Une Fresque du climat est composée d'un jeu de 42 cartes représentant les différentes composantes du changement climatique. Les membres des équipes, encadrées par un animateur, se concertent afin de retrouver les liens de cause à effet en positionnant et reliant les cartes entre elles, sur une grande feuille de papier.

Les deux à trois heures d'atelier sont découpées en quatre temps : un temps de réflexion pour co-construire la fresque, un temps de créativité pour se l'approprier, un temps de restitution pour partager et ancrer, et un temps de débrief pour échanger et aborder les solutions.

Plusieurs versions existent en fonction du niveau des participants (adultes, junior). L'outil est aujourd'hui disponible en 22 langues et a déjà sensibilisé plus de 100 000 personnes.

Une version numérique permet désormais d'animer la Fresque du climat en mode distanciel.

Contact CCI :
Philippe Lohézic - 02 41 20 54 50
developpementdurable@maineetloire.cci.fr

* La légende amérindienne du colibri qui participe à éteindre un incendie de forêt en apportant de l'eau dans son bec, a diffusé l'idée que chacun, quel que soit son apport, peut « faire sa part ».

Anjou Amorçage, un fonds d'investissement pour soutenir des projets

Anjou Amorçage est un fonds d'amorçage mis en place en 2000 par la CCI de Maine-et-Loire. Il a pour objectif de donner un coup de pouce financier à tout projet innovant et inciter les start-ups à venir s'installer sur le territoire.




De g. à d. : Christine Carmès (Anjou Amorçage), William et Nicolas Cruaud (les fondateurs de Neolithe) et Michel Berson (Président d'Anjou Amorçage) : closing de la levée de fonds en juillet 2020

Les années 2000 ont vu arriver l'explosion des avancées technologiques dans le domaine des biens de consommation électroniques. En Maine-et-Loire, c'était la création d'Angers Technopole, structure multi-partenariale, pour encourager l'innovation. « *La CCI s'est emparée de cette mouvance pour fonder ce fonds d'amorçage. Il s'agit de soutenir tout porteur de projet, mais aussi de densifier le tissu économique du Maine-et-Loire dans le domaine de l'innovation* » précise Michel Berson, Président d'Anjou Amorçage. « *Constitué en partenariat avec 4 banques régionales et une trentaine d'entreprises actionnaires, ce fonds d'amorçage, unique en Maine-et-Loire, assure un portefeuille évolutif de 15 à 20 participations* ».

Faciliter les initiatives entrepreneuriales

Pour bénéficier de l'aide de ce fonds d'investissements, toute entreprise demandeuse doit souscrire à certains critères incontournables. Tout d'abord, l'entreprise doit être en création. L'apport financier d'Anjou Amorçage pourra lui permettre de consolider ses fonds propres et donc d'être plus crédible auprès des banques pour ses futurs emprunts. Son siège social doit être basé en Maine-et-Loire. Son projet doit être innovant (quel que soit le secteur d'activité : industrie, commerce, services), avec des ambitions de développement national ou international.

Comment ça marche ?

Le comité de sélection d'Anjou Amorçage se réunit pour étudier les dossiers, Puis, le comité d'investissement invite tout porteur à pitcher son projet devant les actionnaires. Il décidera alors s'il rentre ou non au capital de cette nouvelle entreprise et pour quel montant.
« *Anjou Amorçage n'a pas d'objectif financier et n'a pas vocation à rester au capital des start-ups qu'il lance. Son objectif est de prendre une participation minoritaire et de rester 4 à 5 ans au capital de la start-up, le temps de son lancement* » ajoute Michel Berson.
Une fois que l'entreprise nouvellement créée montre des signes de bonne santé financière et que son projet est viable, Anjou Amorçage évoque alors une sortie convenable à toutes les parties. Il valorise d'autant son portefeuille disposant ainsi d'une enveloppe supplémentaire pour participer au financement de nouvelles start-ups.
« *Actuellement, la plupart des entreprises aidées sont basées sur Angers et son agglomération. Nous souhaitons élargir notre offre aux start-ups choletaises, saumuroises, segréennes* ». Vous avez une idée innovante, vous êtes à la phase de lancement du projet, faites appel à Anjou Amorçage.

Participations récentes d'Anjou Amorçage

Créée en 2019 à Chalonnes-sur-Loire, **Neolithe** transforme les déchets (ménagers, industriels de chantier…) en granulats de minéraux réutilisés par les acteurs du BTP. « *Nous avons souhaité qu'Anjou Amorçage investisse dans notre start-up car nous sommes attachés à notre ancrage local. Les investisseurs d'Anjou Amorçage sont des entreprises importantes du Maine-et-Loire, et la CCI est source de très bons conseils sur des domaines où nous n'avons pas beaucoup d'expérience* ».
neolithe.fr

Créée en 2019, **Green Impulse** (Angers) a effectué une levée de fonds d'1 M€ avec notamment une participation d'Anjou Amorçage. L'entreprise vient de se voir attribuer le lauréat national aux concours d'innovation i-Lav et i-Nov 2020. Son programme de R&D prévoit des investissements sur 3 ans estimés à 2.3 M€ avec son projet Sensitines (solution pour renforcer la protection des plantes et enrichir la gamme de solutions de biocontrôle). L'objectif d'Emmanuel Pajot et d'Alexandre Olivaud, ses dirigeants : atteindre d'ici 2025 le marché des fongicides dans le monde.
greenimpulse.fr

La start-up angevine **Eisox**, créée en 2016 par Maxence Chotard, spécialisée dans l'optimisation énergétique, a conçu une tête thermostatique intelligente pour les radiateurs à eau chaude des bâtiments professionnels (innovation présentée lors du CES de Las Vegas en 2018). Une première levée de fonds de 500 000 euros a été lancée en 2018 à laquelle Anjou Amorçage a participé. ●
eisox.fr

Dominique Gruson

Pour en savoir plus :
maineetloire.cci.fr/anjou-amorcage

Contact CCI :
Christine Carmès - 02 41 20 54 83
christine.carmes@maineetloire.cci.fr

Les actionnaires d'Anjou Amorçage

Des entreprises du Maine-et-Loire :
Afone, Atelog 2I, Bouvet Ladubay, Bouyer Leroux Développement, Brangeon Services, Bureau Horticole des Pays de la Loire, CAA, Carpenter, CEVA biovac, SA Comec, Giffard, Evolis, Favre d'Anne, Financière Challet, Financière de l'Ombrée, Finsab, GESCO, Groupe Grimaud, Hom, Itec, M Participations, Mateloc, MCA Finance, MIE, MWD, Oceanedas, OEM Développement, Orange, Restoria, Schaupp & Hardy courtage, Specinov, Baker Tilly Strego, Teranga Participations, Terrena Grand Public.

Des banques régionales :
BPGO, Crédit Mutuel d'Anjou, CIC - banque CIO - BRO, Crédit Agricole de l'Anjou et du Maine.

La CCI de Maine-et-Loire

15 participations au portefeuille d'Anjou Amorçage *(par ordre croissant d'ancienneté)*

Neolithe, Green Impulse, Mad up, Emasoft, Eisox, Cottos, Domus, Imbrikation, Kara Technologies, Tracetemps, Qowisio, Midual, Medialibs, Surfactis, Iftech

Produit en Anjou : plus qu'une marque, un état d'esprit

Depuis 2014, la marque territoriale « Produit en Anjou » distingue des entreprises locales, représentatives de la richesse et de la qualité de notre territoire. Rencontre avec sa directrice, Pascale Mitonneau.

L'histoire de « *Produit en Anjou* » commence par les fleurs avec la volonté d'entreprises horticoles angevines de mettre en avant la provenance de leurs produits. Cette envie de valoriser le territoire, de promouvoir ses savoir-faire et son sens de l'excellence, et par là même de soutenir l'économie locale, a rencontré l'adhésion du Conseil départemental et s'est concrétisée en 2014 par la création de la marque « *Produit en Anjou* ».

« *Il s'agit d'une marque d'appartenance territoriale,* explique Pascale Mitonneau, *qui nécessite de répondre à un cahier des charges précis pour s'en prévaloir. Le siège de l'entreprise doit être implanté en Anjou, la majeure partie de sa valeur ajoutée doit être acquise sur le territoire, et bien sûr, les composants des produits ou services doivent être issus du territoire, lorsque cela est possible* ».

Une rencontre privé-public à forte valeur ajoutée

Propriété du Département de Maine-et-Loire, la marque « *Produit en Anjou* » est administrée par deux structures conjointes :

- un GIP (Groupement d'Intérêt Public) qui regroupe le Département, les Chambres consulaires (CCI, Chambre de Métiers et de l'Artisanat, Chambre d'Agriculture), le Pôle de compétitivité Vegepolys Valley, l'Agence régionale de développement économique Solutions&Co.
- Et l'association « Produit en Anjou » à laquelle adhèrent toutes les entreprises utilisatrices de la marque.





Chaque candidature est reçue et analysée par Pascale Mitonneau et Henri Mercier, le Président de l'association, lui-même ancien chef d'entreprise. « *Ce double regard privé et public constitue l'un des intérêts de la démarche. Nous allons ensemble rendre visite aux candidats, particulièrement attentifs aux valeurs de responsabilité, de solidarité et d'authenticité qu'ils devront partager avec tous les utilisateurs de la marque* ».

Le tissu économique angevin représenté dans toute sa richesse

« Produit en Anjou » réunit aujourd'hui plus de 150 entreprises, totalisant plus de 600 M€ de chiffre d'affaires cumulé et plus de 350 produits et services labellisés. De la structure unipersonnelle jusqu'au groupe d'envergure internationale, la plupart des secteurs d'activité y sont représentés : agroalimentaire, industrie, végétal, artisanat et services (communication, expertise comptable, tourisme et culture).

Un réseau dynamique et solidaire

Plus qu'une marque, « Produit en Anjou » est devenu un véritable réseau sur le territoire. « *Nous mettons les adhérents en relation, nous les accompagnons sur des événements comme la Foire d'Angers, la Fête du vélo, le marché de Noël. Durant les confinements, nous avons créé des ventes de colis. Ce type d'actions collectives les pousse à inventer ensemble des offres inédites au service d'une cause commune. C'est très enrichissant* ».

Une démarche plébiscitée par les clients

Les résultats, encourageants, prouvent que « Produit en Anjou » s'inscrit dans une mouvance appréciée de soutien à l'économie locale et aux circuits courts. En témoignent le succès des Opérations Colis et de la toute récente boutique en ligne, ou encore l'engouement rencontré par la marque sur les réseaux sociaux. « *Les habitants expriment une vraie fierté d'appartenance à leur territoire Anjou et une volonté de soutenir les producteurs locaux. Nous en sommes très heureux : plus nous serons nombreux à défendre cette approche, mieux ce sera !* ».

Christophe de Bourmont



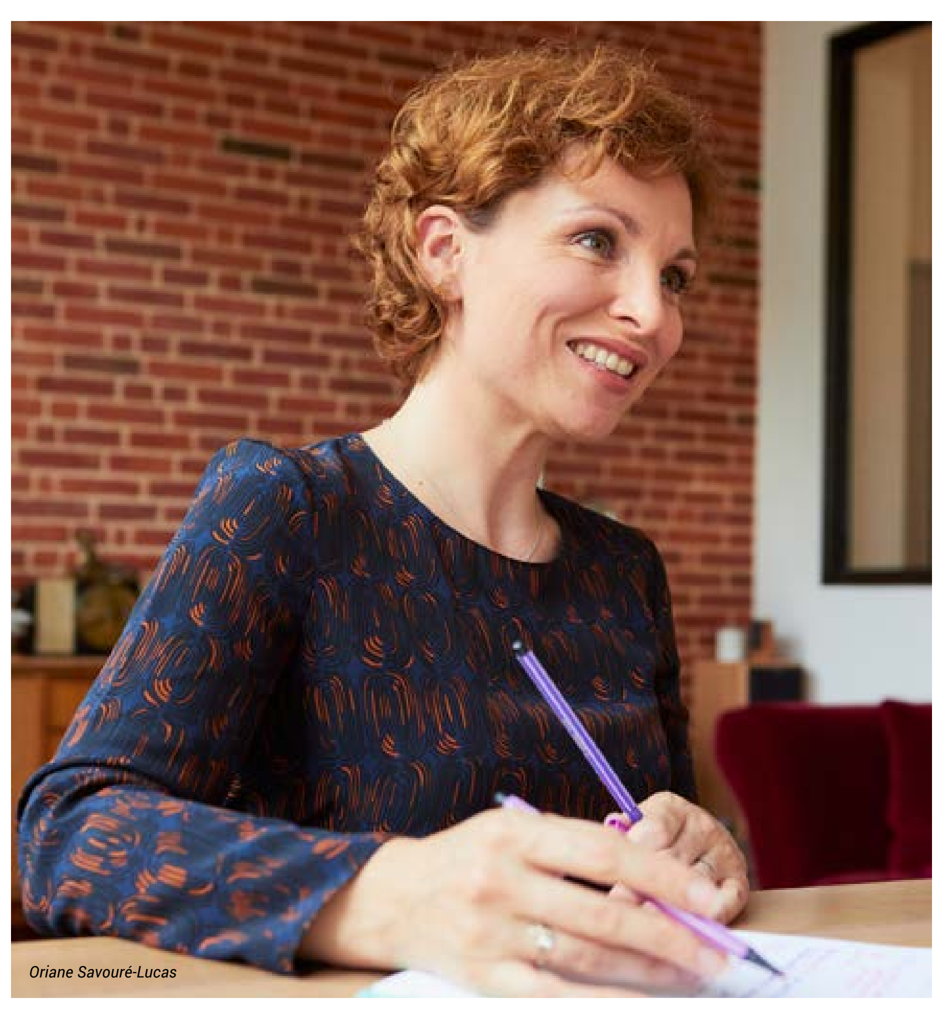
Pascale Mitonneau, Directrice de « Produit en Anjou »

Cette Angevine de 49 ans est impliquée de longue date dans la valorisation du territoire. Titulaire d'un DESS de Développement Territorial à l'Université d'Angers, elle est d'abord chargée de développement culturel en Mayenne, avant un passage par le monde du conseil et de l'enseignement universitaire.
En 2010, elle entre à la Direction de l'Education au Département de Maine-et-Loire.
En 2014, elle est élue conseillère municipale déléguée à la culture à la Ville d'Angers. Mandat reconduit en 2020.
En 2015, elle devient Secrétaire générale du groupe de la majorité départementale.
Elle prend les rênes de « Produit en Anjou » en avril 2019, suite au départ à la retraite d'Arnaud Tézé, ancien directeur du GIP et co-fondateur de la marque.

Ses priorités sont de poursuivre le développement et la promotion de la marque, multiplier des activités de terrain créatives et enrichir l'animation du réseau des adhérents.

Entraide et empouvoirement* au sein des réseaux professionnels féminins

Qu'ils soient locaux, nationaux ou internationaux, qu'ils s'intéressent au lobbying, à l'entrepreneuriat au féminin ou au développement durable, qu'ils se spécialisent dans un secteur d'activité particulier comme le digital, la communication ou le bâtiment, les réseaux professionnels féminins ne cessent de se développer. Il y en aurait plus de 500 en France. Tour d'horizon non exhaustif de ces réseaux dans le département.


Oriane Savouré-Lucas

Né en France en 1945, le réseau Femmes cheffes d'entreprises (FCE) fait figure de pionniers parmi les réseaux professionnels féminins. « *Après avoir assuré le maintien de l'économie durant les deux guerres mondiales, les femmes commencent à vouloir prendre leur place dans les instances économiques,* raconte Lénaïck Le Gratiet, présidente de la délégation 49 et dirigeante du cabinet Galilea spécialisé en coaching et formation. *« Yvonne-Edmond Foinant, maître de forge, lance alors cette association interprofessionnelle, non gouvernementale et apolitique, dont l'objectif est de faire connaitre le rôle majeur des cheffes d'entreprises dans la vie économique et sociale, de renforcer la création et la reprise d'entreprise par des femmes, de renforcer leurs compétences et de promouvoir leur place dans les mandats.* »
Créée en 2019, la délégation du Maine-et-Loire est en phase de développement et compte pour le moment 32 adhérentes, au sein de ce réseau qui rassemble aujourd'hui 500 000 femmes dans 70 pays.
Depuis 1945, la place des femmes dans l'économie et dans la société en général a heureusement évolué. même si l'on est encore bien loin d'atteindre l'égalité. « *En France, 30 % des dirigeant·e·s d'entreprise sont des femmes et elles représentent 40 % des auto-entrepreneur·e·s,* rappelle Lénaïck Le Gratiet. *Pour autant, seulement 3,5 % des grands groupes de plus de mille salarié·e·s sont dirigés par des femmes.* » Elles sont généralement sous-représentées dans les instances professionnelles et économiques. Par exemple, en 2013, les Conseils Économiques, Sociaux et Environnementaux Régionaux (CESER) ne comptent que 27 % de femmes. Elles ont aussi des difficultés à développer leur entreprise et à bien gagner leur vie. Ainsi, selon une étude commandée par le réseau Bouge ta boîte en 2019, 67 % des femmes entrepreneures gagnent moins de 1 500 euros par mois. Chacun des réseaux professionnels féminins œuvre à changer ces réalités.

L'importance de la non mixité

« *Au départ, je me demandais l'intérêt des réseaux exclusivement féminins et je craignais cette exclusion des hommes,* se rappelle Lénaïck Le


Véronique Hillaire et Olivia Belouin

• • •

> « Beaucoup m'ont répondu que sans ces réseaux au féminin, elles n'auraient pas monté leur entreprise »

• • •

Gratiet. *Mais avec FCE, j'ai compris que les réseaux mixtes sont parfois un peu éloignés des besoins et des problématiques spécifiques aux cheffes d'entreprise. Même si les choses évoluent avec la nouvelle génération, un homme n'appréhende pas tout à fait de la même façon l'équilibre vie professionnelle et personnelle.* » Ce scepticisme, la chercheuse en entrepreneuriat Inés Gabarret le partageait avant de s'intéresser de plus près à ces réseaux. « *Je ne croyais pas aux réseaux au féminin. Je trouvais même stigmatisant de considérer les femmes comme une population différente ! Or, l'immense majorité des adhérentes que j'ai interrogées expriment très clairement ce besoin de se retrouver entre femmes. Et beaucoup m'ont répondu que sans ces réseaux au féminin, elles n'auraient pas monté leur entreprise.* »
Pour elle, l'explication clé réside dans un manque de confiance en elles de la plupart des femmes : « *Comme elles grandissent très rarement avec des rôles modèles d'entrepreneures autour d'elles, elles ont besoin de se rassurer sur leur capacité à diriger et sur la viabilité de leur projet. Ces réseaux ont un rôle majeur dans la construction de la confiance des femmes entrepreneures.* » Là, elles trouvent une entraide pédagogique, une écoute bienveillante et une dynamique différente de ce qui se passe dans les réseaux mixtes.

Co-fondatrice du Cholet Girls Power, Émilie Mauriange l'exprime bien. « *La règle tacite de nos réseaux est la bienveillance. Il n'y a ni compétition, ni jeux de séduction, ni enjeux business. Les femmes s'y sentent plus légitimes et prennent leur place différemment : elles arrivent en tant que personnes et non pas seulement comme des entités commerciales. Les volets professionnels et personnels de leur vie sont intimement liés.* » Les réseaux féminins sont souvent une étape essentielle dans le parcours d'empouvoirement des entrepreneures. Elles y apprennent les codes de l'entrepreneuriat, se conseillent, acquièrent une confiance dans leur légitimité et leur prise de parole. « *Cela nous permet de nous approprier le rôle de cheffe d'entreprise et d'oser prendre notre juste place de femmes entrepreneures* », confirme Oriane Savouré-Lucas, coach entrepreneure, créatrice du podcast Avez-Vous Choisi ? et « *boosteuse* » du cercle angevin du réseau Bouge ta Boîte, qui met un large éventail d'outils à disposition de ses membres pour les y aider.

Malgré ce besoin d'être entre femmes, aucune n'exprime d'animosité à l'encontre des hommes. Le réseau Femmes du digital de l'Ouest (FDO) a d'ailleurs choisi d'œuvrer avec les hommes pour accompagner et valoriser les femmes des métiers du digital. « *Ceux qui nous rejoignent sont ouverts à ces questions et nous aident à construire un monde plus égalitaire,* souligne Olivia Belouin, membre du CA de l'association et avocate au barreau d'Angers. *Les hommes savent souvent mieux se mettre en valeur, défendre leurs projets ou se réapproprier des idées : il faut aussi qu'on apprenne d'eux* ».

Entraide et transmission

Les réseaux féminins locaux contactés mettent en place un environnement propice à ce travail de prise de confiance des femmes dans leurs capacités et leur légitimité à monter une entreprise ou à se présenter à des mandats de représentation. Chacun avec ses façons de faire particulières, mais avec un outil commun : l'entraide via la transmission d'informations, de savoirs et de compétences. « *Une dynamique spéciale se met en place, très différente de celle des réseaux généralistes,* analyse Inés Gabarret. *C'est très subtil, quasiment invisible, car le processus mis en œuvre, avec des réunions, des ateliers et des rencontres de réseautage, est identique. Mais il y a des liens psychologiques plus forts, une sororité dans l'interaction et des partages d'expériences plus intimes. La force des unes porte les autres.* »



Au Cholet Girls Power, qui compte une trentaine de membres, les événements mensuels ont cet objectif. « *Avec des ateliers, des visites en entreprise, des conférences, on travaille à se faire évoluer les unes les autres. On sort de l'isolement, on partage nos problématiques, on apprend sur la prise de parole en public, la gestion d'une*

négociation ou tout simplement sur la relaxation… Le bénéfice humain est fort, notamment dans des années incertaines comme 2020 et 2021. » Dans le réseau Bouge ta Boîte aussi, l'accent est mis sur l'intelligence collective. Ce réseau né en 2017 réunit par cooptation 1700 dirigeantes en France au sein de dizaines de cercles d'un maximum de 25 femmes exerçant des métiers différents. « *On veut créer de l'émulation, pas de la concurrence, et permettre la recommandation entre nous,* prévient Séverine Normand, « bougeuse » angevine et dirigeante de l'agence de communication Pirouette. « *On partage nos problématiques et on cherche comment les résoudre ensemble. Pour cela, le réseau national via l'outil Workplace de Facebook est très précieux : si on poste une question ou si on recherche une expertise, des réponses qualifiées nous arrivent de partout en France en un temps record !* » Cette entraide et l'appui du réseau sont particulièrement précieux en temps de crise. Ainsi, les adhérentes de Femmes cheffes d'entreprises ont lancé des coaching solidaires et bénévoles pour venir en soutien aux femmes en difficulté durant la crise sanitaire. De la même façon, le Cholet Girls Power mettra en place en 2021 des ateliers pour rebondir après l'arrêt de son entreprise, notamment sur la confiance en soi. Une réalité dont on parle peu, mais qu'il ne faut pas oublier.

• • •

« On veut créer de l'émulation, pas de la concurrence, et permettre la recommandation entre nous »

• • •

Visibilité et développement de l'activité

Du côté de Femmes du digital de l'Ouest, l'amélioration de la visibilité des entrepreneures du numérique est le point de départ des actions menées. « *Outre la sensibilisation des jeunes aux métiers du numérique et l'accompagnement des entrepreneures et des femmes en reconversion dans la concrétisation de leurs projets, nous mettons en valeur les réussites et les initiatives des femmes du digital, notamment via le Show FDOuest où sont décernés les prix Femmes Digital Ouest. Cet événement médiatisé favorise la visibilité des entrepreneures et donc le développement de rôles modèles* », décrit Véronique Hillaire, membre du CA depuis 2019 et responsable marketing chez ICÉDAP. La chercheuse Inés Gabarret constate partout l'immense besoin de modèles et l'envie des entrepreneures aguerries de transmettre ce qu'elles ont appris à celles qui souhaitent se lancer. « *Elles prennent un vrai plaisir à partager leurs ressources et leurs techniques, par exemple pour la conciliation travail et vie personnelle ou pour le maintien de l'activité durant un congé maternité.* » Le panel d'outils déployés pour partager ces connaissances et faciliter le développement de l'activité de chacune varie beaucoup d'un réseau



à l'autre. Bouge ta boîte, avec son fonctionnement par petits cercles et son réseau social d'entrepreneures sur Workplace, est particulièrement créatif en la matière. « *Tous les vendredis midis pendant 1h30, nous organisons un Bouge Up qui nous permet de brainstormer autour de la problématique d'une bougeuse qui profite ainsi de l'expérience des autres,* raconte Oriane Savouré-Lucas. *Des binômes d'entrepreneures sont créés pour faciliter la transmission et des ateliers nous outillent pour développer notre activité avec des compétences techniques, par exemple pour embaucher, créer un tableau suivi de son activité ou optimiser son site Internet, mais aussi pour notre développement personnel.* » L'accès à ces réseaux, souvent par recommandation ou cooptation et après règlement d'une cotisation, est perçu par ces adhérentes comme un excellent investissement de leur temps et de leur argent.

Juliette Cottin

** Traduction française de l'anglais « empowerment ». Ce concept reflète un processus de prise de pouvoir, avec une confiance dans sa valeur et une capacité à assumer des choix.*

Retour vers le futur

Quelles tendances pour le commerce de demain ?

A quoi ressemblera le commerce du futur ? L'intelligence artificielle et le numérique auront une place de choix. A l'opposé de cette ultra connectivité, l'essor du local, du « seconde main », du « Made in France » deviendront des tendances de fond. Plutôt rassurant.



Commerce du futur en Pays de la Loire
Dans le cadre du programme Commerce du futur mis en place par la Région des Pays de la Loire, les CCI de la Région ont réalisé fin 2020 des études sur la digitalisation du commerce, benchmark des concepts et formats innovants, réalisation d'un observatoire du commerce régional. L'ensemble de ces études et résultats font l'objet d'un document de 68 pages. Disponible sur maineetloire.cci.fr à partir de mars 2021.

Les contraintes liées à la crise sanitaire ont modifié nos comportements de consommateurs, permettant à certains usages de se révéler, à d'autres de prendre plus d'essor. Fidéliser ou conquérir de nouveaux clients, s'adapter aux usages du e-commerce, passer le cap de la transition numérique..., le secteur du commerce fait face à d'importantes évolutions, notamment des modes de consommation. Mobilisée dans cette révolution sans précédent, la Région des Pays de la Loire lançait en 2019 un vaste plan Commerce du futur. Entre autres objectifs : accompagner les commerçants et artisans dans le développement de leur activité, en lien avec les Chambres consulaires. En amont, une étude sur le commerce du futur commanditée par la Région auprès des CCI a été réalisée afin de mieux identifier la situation du commerce en Pays de Loire.
Lorsque l'on parle « *commerce du futur* », on pense à tous ces anglicismes entrés dans le langage courant (« *try at home* », « *click and collect* », « *drive* »...). Dans ces tendances installées, il semblerait que le commerce du futur sera autre que digital, « *expérientiel* », qu'il pourrait faire la part belle à des modes opératoires qui ont montré leur efficacité, offrant ainsi une vraie complémentarité dans ce monde à la fois hyper connecté et souvent déconnecté... de certaines réalités.

Tendances du commerce du futur : zoom

TRY IT AT HOME (ESSAYEZ CHEZ VOUS)

Encore confidentiel, ce service se démocratise de plus en plus. Plus qu'un simple essayage chez soi, ce service permet au consommateur d'éviter les files d'attente en cabines d'essayages ou à la caisse, permettant ainsi une amélioration des flux en magasin (précurseur, la marque de lingerie Etam lançait ce concept en 2018 sur son e-shop). C'est également une opportunité pour les sites de e-commerce, à l'origine de ce service. La formule permet de passer commande plus facilement, de comparer les produits chez soi, sans avancer l'argent avec un débit différé. Les retours sont gratuits, ce qui participe grandement au développement de la confiance en la marque ou le point de vente. Secteurs concernés : l'équipement de la personne, entre autres. Décathlon a ainsi testé le « *test and buy* » avec des articles de



• • •

Lorsque l'on parle « commerce du futur », on pense à tous ces anglicismes entrés dans le langage courant « try at home », « click and collect », « drive »

• • •

sport. Le « *Try it at home* » répond à une attente importante des clients : toucher, voir, essayer les produits avant l'achat.

PERSONNALISER L'ACTE D'ACHAT

Aujourd'hui, la tendance est à l'hyper personnalisation de l'acte d'achat. La consommation « *plaisir* » pourrait bien devenir pour les magasins physiques une opportunité de se différencier du commerce en ligne. Quel que soit le domaine d'activité, adapter son offre à chaque client sera primordial. Les produits et les services seront ajustés en fonction de l'acheteur. Chaque commerçant devra proposer un parcours client personnalisé s'il souhaite convertir et surtout fidéliser. Autre exemple de service personnalisé, le « *personal shopper* » (conseiller de vente spécifiquement dédié à un client pour une période donnée). Ce service (surtout proposé par les grands magasins, par des marques de luxe pour leurs meilleurs clients) se démocratise. N'oublions pas l'intelligence artificielle qui permettra aux commerçants d'être plus efficaces dans leur utilisation des données d'achat et de gagner en qualité de service client.

LIEU D'INSPIRATION, D'ÉCHANGE…

Aujourd'hui, le lieu de vente s'envisage comme un lieu de vie, d'inspiration, d'expérimentation. Derrière cette attente, un défi : rendre l'offre des magasins aussi attractive que celle proposée sur les canaux digitaux. Acheter un produit n'est plus la seule attente. Les clients souhaitent vivre une expérience en magasin qui justifie la visite. Dans sa boutique installée il y a un peu plus d'un an à Angers, la société Radis et Capucine, spécialisée dans les coffrets de « *fabrication maison* » (jardinage, cosmétique, alimentaire…) a ouvert une boutique « *Les Ateliers de Radis et Capucine* ». Comme l'explique Sébastien Griffaton, dirigeant de l'entreprise, « *la demande de faire soi-même augmente constamment depuis l'ouverture de la boutique. Nous avons par exemple des demandes très importantes sur nos ateliers de brassage de bière bio, de cuisine saine et végétale et de fabrication de savons et de cosmétiques plus généralement. Le confinement n'a pas facilité notre activité comme beaucoup de commerces mais la demande est là. Nous nous attachons à proposer des ateliers très originaux, que nous sommes souvent les seuls à offrir sur Angers* ». La boutique a été conçue comme une maison avec son salon, sa cuisine, agrémentée d'un atelier pour concevoir son plat du midi qu'il est possible de consommer sur place.

BOX ET CASIER : LES NOUVEAUX POINTS DE LIVRAISON

Depuis plusieurs années, les casiers de retrait de commandes ou consignes automatiques, font parler d'eux. Ce nouveau mode de réception de marchandises et de livraison s'adapte à la demande du client lui permettant de récupérer ses achats H24 dans des casiers ou box situés sur des lieux de passage quotidien et facilement accessibles. C'est une réponse au problème de livraison, et tout particulièrement au sensible « *dernier kilomètre* ».

SHOPPING EN VIDÉO

Le shopping en vidéo ou via les réseaux sociaux incarne une nouvelle forme de vente à distance. Facebook vient ainsi de lancer « *shops* » pour permettre aux entreprises de créer leur « *mini-magasin* ». Avec la fonctionnalité « *Shopping* » d'Instagram, le consommateur clique sur le produit qui l'intéresse et l'achète via la nouvelle fonction de paiement Checkout. Tik Tok, le petit dernier des réseaux sociaux, n'est pas en reste avec son bouton « *acheter maintenant* ». La vidéo permet des visites virtuelles de boutiques et peut se substituer à un déplacement physique. A mi-chemin entre le e-commerce et l'achat en magasin, ce moyen a été un bon compromis pendant la période de confinement et continue de fédérer ses adeptes.

DRIVE ET CLICK & COLLECT : QUOI DE NEUF ?

Lors de la crise sanitaire, les commerçants se sont massivement tournés vers le click & collect et le drive pour assurer la continuité de leurs activités. Quel avenir pour ces modes d'achat ? Il semble que le phénomène du click & collect, de même que les services de drive, poursuivront leur essor y compris en milieu rural. Ainsi en est-il de la boutique de Julie Bourocher, à Saint-Saturnin-sur-Loire. « *Toute la maison en parle* » est un concept-store qui a rencontré son public. Magasin de décoration, de vêtements et salon de thé, ce concept-store mise sur une offre diversifiée mais aussi sur tout un panel de services pour faciliter l'achat dont une boutique en ligne et le click & collect mis en place lors du premier confinement. Des services qui ont bien sûr apporté davantage de visibilité, de nouveaux clients également. « *Malgré cela, les clients attendaient la réouverture avec impatience, motivés par l'envie de voir, par l'atmosphère du lieu et parce qu'ils sont attachés au contact. Ces services en ligne ne se substitueront pas à l'achat physique. Ils seront complémentaires* ».

SANS CAISSE, SANS CONTACT, LES MAGASINS AUTONOMES

Les applications mobiles de « *scan & go* » développées par de nombreux distributeurs pour offrir plus de fluidité et d'autonomie séduisent de plus en plus de nouveaux utilisateurs. Le fonctionnement est simple : les clients téléchargent l'application du magasin qui détecte les articles sélectionnés par leurs soins sans passer par l'étape de la caisse automatique. En complément des magasins classiques, les

magasins autonomes permettent d'étendre les zones de chalandise des enseignes. Le concept de magasin autonome montre sa pertinence en milieu rural. Avec la solution Ximiti, la commune de St-Georges-de-Pointidoux (Vendée) disposera sous peu d'une supérette automatique et connectée. 7j/7, elle permettra ainsi des achats de première nécessité avec une offre de 200 références.

FABRIQUÉ EN FRANCE, PRODUIRE LOCAL

Depuis la crise de la Covid-19, les consommateurs privilégient davantage les circuits courts et de proximité, garants de plus de qualité et de sécurité. La demande de produits de terroir, cultivés, fabriqués artisanalement et localement, fait écho au besoin de transparence des consommateurs. Une tendance dont les enseignes de grande distribution ont commencé à s'emparer en se rapprochant de producteurs locaux et en proposant aujourd'hui des gammes complètes. Cette tendance est particulièrement marquée pour les produits alimentaires. Ainsi, le marché d'Orée d'Anjou (49) est un commerce de produits frais locaux et de produits secs en vrac dans des contenants consignés, le tout à l'initiative d'une structure d'insertion.

RECYCLAGE, ÉCOLOGIE, VERS UNE CONSCIENCE PLUS VERT…UEUSE

Passé l'effet de mode, la fibre « *verte* » est aujourd'hui une tendance de fond. Peu de secteurs y échappent. Ce qui se révèle comme un vrai levier de croissance se décline dans différents secteurs : le marché des produits reconditionnés, l'essor exponentiel du vrac alimentaire ; en écho, le « *zéro déchet* » y trouve un terreau fertile. A l'image de « *Mon bio camion* », épicerie mobile qui a eu cette idée géniale de proposer, en milieu rural, une gamme de produits d'épicerie sèche biologique et locaux, en vrac et bocaux, sur plusieurs marchés du département. « *Nous avions envie que les gens qui sont hors des centres urbains, puissent aussi bénéficier d'une offre vrac et bio* ». Pour Marie Bouyer et ses deux associés, Anthony et Alan, il semble que la crise sanitaire ait rebattu quelques cartes. « *Nombre de clients ont relocalisé leurs achats de première nécessité. C'est une bonne chose pour l'économie locale, pour l'environnement également* ».


« Mon bio camion » sillonne les marchés en milieu rural

Quant au marché de l'occasion, il prend de plus en plus ses marques. Les enseignes de supermarchés suivent ce mouvement. Illustration avec Système U qui teste la vente de produits d'occasion dans ses rayons électroménager, bazar, culture et multimédia. Le recyclage des produits s'accélère, lui aussi ; ce faisant, il éloignera peut-être le spectre de l'obsolescence programmée. ●

Marianne Bourgeois

Contact CCI :
Pascal Ranchoux – 02 41 20 54 46
pascal.ranchoux@maineetloire.cci.fr



S'il est un secteur hétéroclite c'est bien le prêt-à-porter, de par la variété de ses métiers et de ses positionnements. A quoi pourrait ressembler le commerce de demain dans ce secteur ? Pour Catherine Barthélémy (membre associé de la CCI de Maine-et-Loire, dirigeante de la boutique « Antoine et Barthélémy » à Chalonnes-sur-Loire et Pouancé, Présidente de la Chambre régionale de l'habillement des Pays de la Loire) a ce qui s'est pratiqué - pour partie - lors des deux confinements liés à la crise sanitaire. *« Si les achats sur Internet ont été plus nombreux, cela ne représente guère plus de 10 % du C.A. Il en sera sûrement de même demain. C'est assez logique. Dans le moyen/haut de gamme, les clients apprécient de voir, de toucher, d'essayer. L'achat par Internet suppose potentiellement des échanges, des retours… Tout cela est compliqué. En revanche, il est indispensable d'être présent sur Internet, a minima via un site vitrine. Cela sera toujours de mise demain ».*

Autre tendance, la personnalisation de l'achat qui, pour Catherine Barthélémy, est le cœur de métier par excellence. *« La vente conseil, le service personnalisé, là est notre vrai métier. Nous y revenons, enfin. C'est une bonne chose. Les clients apprécient que l'on prenne soin d'eux, qu'on les conseille ».*

Catherine Barthélémy
Présidente de la Chambre régionale de l'habillement des Pays de la Loire

Digitalisation des commerces

Le numérique bouscule nos modes de vie et nos habitudes de consommation. Le secteur du commerce s'en trouve fortement impacté. D'après l'Observatoire des Usages Internet de Médiamétrie, 61 % des Français sont considérés comme cyber-acheteurs au 1er trimestre 2020.

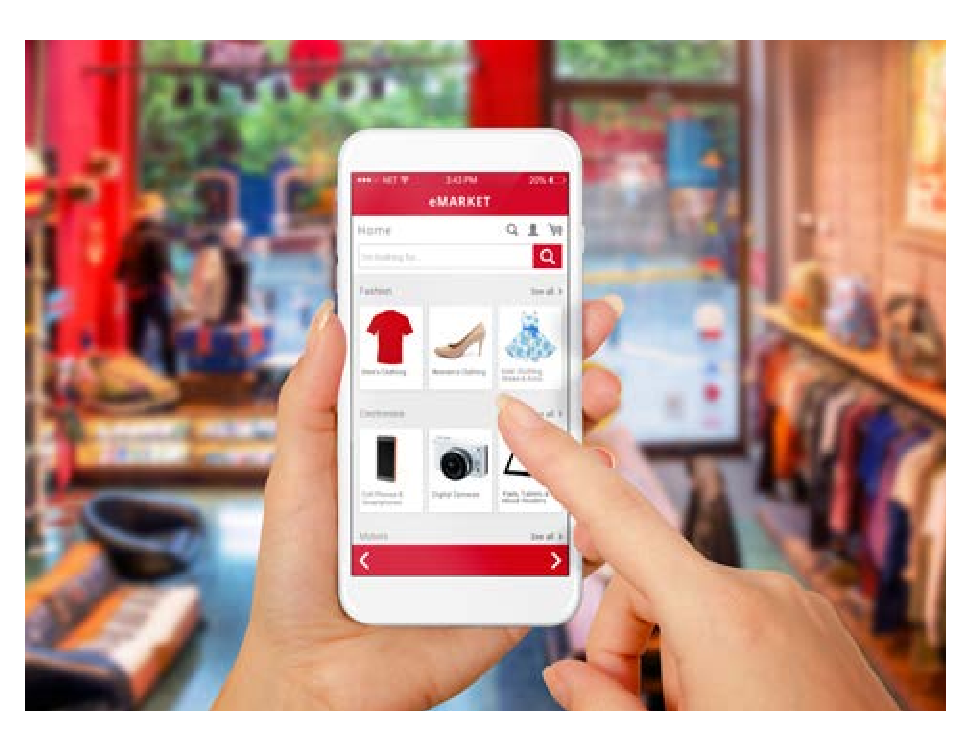
Ce constat a été d'autant plus d'actualité en 2020, avec la crise sanitaire et les mesures prises pour endiguer l'épidémie. Ainsi, la FEVAD (Fédération du E-commerce et de la Vente A Distance) a observé une croissance du commerce en ligne de +5,3 % au deuxième trimestre par rapport à la même période l'année précédente. Les contraintes du confinement ont évidemment joué un rôle important. Néanmoins, une partie des acteurs, commerçants comme consommateurs, ont adopté de nouvelles habitudes numériques qui pourraient perdurer.

Du côté de l'offre, le web-to-store, le click & collect, les points relais etc., sont autant de services montrant qu'il existe une forte complémentarité entre les outils numériques et la boutique physique. Le numérique ne peut plus être simplement considéré comme une option, mais plutôt comme une dimension complémentaire et transversale de l'activité. L'heure est donc à l'hybridation.

Mais où en sommes-nous sur la digitalisation du commerce ? Qui sont les commerçants engagés ? Quelles sont les difficultés pour passer le cap de la transition numérique ?

Une étude réalisée dans le cadre du programme Commerce du Futur tente d'apporter des éléments de réponses à ces questions. 1 250 commerçants et restaurateurs ont ainsi été interrogés en 2020 pour comprendre leur rapport aux outils numériques et l'utilisation qu'ils peuvent en faire.

PREMIER CONSTAT, 17 % des enquêtés sont absents du web, c'est-à-dire qu'ils n'utilisent ni site Internet, ni réseau social, ni plateforme numérique. A l'inverse, ils sont 9 % à être omniprésents. L'utilisation des outils est notamment fonction de l'âge du responsable, de la taille de l'établissement (en effectif) ainsi que du type d'organisation (indépendant ou affilié à un réseau).
Avec 74 % d'utilisateurs, la présence numérique se traduit principalement par l'utilisation des réseaux sociaux, Facebook et Instagram dominant largement le classement. La qualité en termes de communication peut toutefois être très différente en fonction de l'établissement.



DEUXIÈME CONSTAT, le commerce en ligne ne concerne qu'une minorité des sondés. Entre le site Internet marchand et l'usage des places de marché, la part des e-commerçants s'élève à ce jour à 28 %.
Le site Internet, outil historique de la présence numérique, concerne aujourd'hui 57 % des commerçants. Mais, seulement 16 % possèdent un site Internet marchand.
Par ailleurs, ces dernières années ont vu se multiplier les places de marché mettant en relation offreurs et acheteurs, qu'elles soient généralistes, spécialisées ou locales. Dans la foulée de géants tels qu'Amazon ou Ebay, les places de marché se sont posées comme alternatives aux sites marchands intégrés (plus souples et moins contraignantes techniquement). Il existe un engouement important autour de ces nouveaux outils. A ce jour, en Pays de la Loire, 8 % des commerçants sont concernés. Pour autant, et à l'instar du site marchand classique, cela revient à ouvrir une deuxième boutique et demande donc d'avoir une démarche structurée (en termes de politique commerciale, de communication, de logistique, etc.).

TROISIÈME CONSTAT, le développement de l'activité numérique pour le commerçant se doit d'être réfléchi et l'accompagnement par la formation s'avère aujourd'hui un enjeu d'envergure. 55 % des répondants déclarent ne pas se sentir assez formés à ce sujet. Et pourtant, 69 % des répondants considèrent la présence sur Internet comme un enjeu majeur pour le développement de leur activité. ●

Alexandre Porcher

Contact :
Alexandre Porcher - 02 41 20 54 85
alexandre.porcher@maineetoire.cci.fr

Le parcours numérique

Se lancer dans la digitalisation de son activité ne peut se faire tête baissée. La montée en puissance se fera par pallier. Le premier stade est celui de la simple présence. Cela passe aujourd'hui par une prise en main de l'outil Google My Business et la création d'une page sur un réseau social (la plupart du temps, Facebook et/ou Instagram). La seconde phase consiste à faire vivre son activité sur le web en adoptant une stratégie de communication spécifique (publications régulières, qualité des publications, ciblage, etc.). Enfin, le commerçant pourra faire le choix de se positionner en tant que vendeur sur Internet, que ce soit avec un site Internet marchand en propre ou l'utilisation d'une ou plusieurs places de marché. L'idée sous-jacente est de s'engager progressivement en ayant défini stratégiquement chaque étape et en adaptant les ressources. Plus on avance et plus l'activité digitale est structurée.

Cybersécurité ou les enjeux d'une souveraineté numérique

Source d'enjeux économiques, politiques et géopolitiques, la maîtrise de la cybersécurité est sans nul doute un des défis majeurs pour les utilisateurs d'objets connectés, pour les entreprises comme pour les États.

Plus notre société se numérise, plus les enjeux sont critiques. Prenons la crise de la Covid-19 et le rôle joué par le numérique en matière de relations sociales, d'éducation, de télétravail, de commerce ou encore d'information des populations. Internet et le numérique sont souvent au cœur d'un enjeu de résilience, de souveraineté, et même de compétitivité économique. Dans ce contexte d'épidémie de Covid-19 où les entreprises ont dû faire face à des défis opérationnels et financiers importants, les tentatives de cyberattaques n'ont cessé d'augmenter. Au-delà du nombre et de l'impact, c'est la nature même de la menace qui évolue avec des attaquants qui exploitent l'incertitude des organisations. La mise en œuvre du travail à distance, la réduction de la disponibilité des compétences cyber et la multiplication des consignes à destination des collaborateurs, sont autant de facteurs qui augmentent l'exposition des entreprises dans une période où leur capacité de défense est affaiblie. Face aux nouvelles technologies qui se développent continuellement (intelligence artificielle, big data, objets connectés, drones, informatique quantique et bientôt la 5G), les usages évoluent et la cybersécurité doit s'adapter.



La cybersécurité : qu'est-ce que c'est ?

La cybersécurité est un concept regroupant les éléments ayant pour objectif la protection des systèmes informatiques (système, réseau, programme) et leurs données. Ces moyens de protection sont multiples et de plusieurs types : technique (outils informatiques - ex. Firewall, antivirus…) ; conceptuel (méthode de gestion des risques Ebios - Expression des Besoins et Identification des Objectifs de Sécurité) ; humain (ingénieur sécurité, formation, compétences) ; législatif (organisme d'État, normes ISO…). Cette protection s'accompagne de plusieurs objectifs : l'intégrité (assurer que les données soient bien authentiques sans corruption) ; la confidentialité (l'information ne doit être accessible qu'aux personnes autorisées) ; la disponibilité des systèmes pour garantir leur utilisation ; l'authentification (s'assurer que les personnes qui accèdent aux données sont bien celles qui doivent l'être (usurpation d'identité)).

Tous concernés, tous visés

Smartphone, cartes de crédit en NFC, voiture, maison intelligente… même les robots ménagers commencent à avoir une adresse IP (adresse numérique d'un appareil) et donc à être connectés. À ce jour, il y a quatre fois plus d'adresses IP que la population mondiale, soit autant de cibles potentielles d'attaque. Que se passerait-il si, du jour au lendemain, tous nos objets numériques partageaient librement nos données à un tiers ? Que pourrait-il en faire ? La même question se pose pour une entreprise, un hôpital ou un État. Quelle utilisation serait faite de nos données présentes dans notre PC, notre badge ou même la puce RFID de la machine à café ?

Cybersécurité : quels sont les enjeux et les menaces de demain ?

Pour Driss Essayed, enseignant-chercheur en cybersécurité à l'ESAIP [1], « *la protection des systèmes numériques va bien au-delà de la seule protection des données. Elle concerne aussi notre identité lorsque nous recherchons une information. Notre environnement est de plus en plus basé sur la donnée qui intéresse au plus haut point, y compris des gens malveillants* ». Comme l'explique Driss Essayed, ce que l'on vit au niveau d'une certaine éthique dans le monde physique (protection des idées, l'intégrité des personnes…) se vit de même dans le monde numérique. Dans un univers où tout est interconnecté, il s'agit de protéger la personne. La quantité de données et la surface d'exploitation sont telles aujourd'hui, que l'aspect « sécurité » doit être pris en compte dès la conception des programmes. Quoi de mieux que des chiffres pour illustrer le propos : en 1 minute s'échangent sur Facebook 3,3 millions de posts, 69 K de photos sur Instagram, 87 000 K de vidéos sur Netflix et nous sommes quelque 3,8 millions à nous connecter à Google… No comment.
Aujourd'hui, la cybersécurité est un enjeu majeur pour les États et il existe autant de cyberattaques que de raisons de les entreprendre (les enjeux politiques, géopolitiques, militaires, religieux, la vengeance, la malveillance, l'argent…). « *L'argent et, derrière cela, le mythe de devenir riche* ». Cela pose une question moins



« En 2020, le monde comptait 50 milliards d'objets connectés, autant de trous possibles dans la raquette »

existentielle qu'il n'y parait : quel sens souhaitons-nous donner à notre société ? « *Toute cyberattaque répond à trois principes : motivation, méthodologie, vulnérabilité. Derrière cela, il y a cette idée de créer le chaos, de générer des dysfonctionnements comme cela s'est produit lors de cette crise sanitaire pour certains hôpitaux dont les systèmes ont été bloqués* ». Aujourd'hui, les cyberattaques ne se focalisent plus sur une cible mais sur son écosystème, à l'image du piratage d'Airbus via ses sous-traitants (Altran). Entre autres cyberattaques : les ransomwares (rançonlogiciel) ou comment un logiciel chiffre les données et les prend en otage contre une rançon (entre fin 2019 et 2020, une estimation basse du total des dommages financiers causés par les opérations ransomware s'élevait à plus d'un milliard de dollars). Une attaque par déni de service distribué (attaque DDoS) génère une vague de trafic Internet massif à destination de la victime (réseau, serveurs, infrastructure). Elle induit une dégradation ou une indisponibilité des services, empêchant ainsi les utilisateurs légitimes d'accéder au service sollicité. En 2019, 8,4 millions d'attaques par DDoS ont été détectées. « *Dès mars 2020, les systèmes de certains hôpitaux ont été attaqués en envoyant des requêtes qui surchargeaient les services. Comment parer à cette forme d'attaque ? En augmentant la bande passante pour absorber le sur-flux. Y compris dans un contexte où il est question de santé, il n'y a ni morale, ni éthique, toutes les causes sont bonnes* », déplore Driss Essayed. « *Cela montre à quel point la sécurité est une stratégie et s'anticipe* ». Les outils distanciels n'ont pas été en reste. Comment peut-il en être autrement lorsqu'aujourd'hui, un béotien peut être à même de lancer des attaques. « *En quelques minutes, on peut envoyer des milliers d'e-mails, autant de clics qui donnent alors accès à nos données* ».

L'expertise française

En matière d'expertise dans le domaine de la cybersécurité, la France n'a pas à rougir. En 2009, était créée l'ANSSI [2] dont les missions sont, entre autres, de structurer et fédérer les aspects de cybersécurité en France, d'assurer un service de veille, de détection, d'alerte et de réaction aux attaques informatiques, notamment sur les réseaux de l'État. « *C'est vital dans des secteurs stratégiques, tel que le nucléaire. L'ANSSI joue un rôle majeur en matière de sensibilisation à la cybersécurité auprès des entreprises. Il y a une vraie volonté de l'État de sensibiliser les entreprises à ces notions essentielles de cybersécurité* ». 75 à 80 % des entreprises hackées sont des PME. Comment une entreprise peut-elle protéger ses données ? « *En s'organisant. L'éducation, la formation des collaborateurs, ainsi qu'une stratégie en amont en matière de sécurité sont les deux axes prioritaires* ». En 2020, le monde comptait 50 milliards d'objets connectés, autant de trous possibles dans la raquette. « *Comment gérer une crise sinon en l'anticipant en amont avec autant de scénarios possibles et de simulations. La Covid-19 est un virus biologique. Le contexte est certes différent mais il y a des similitudes avec un virus numérique qui lui aussi, s'étend et peut causer nombre de dégâts* ». Et si la crise sanitaire s'inspirait de ce qui se pratique déjà en cybersécurité ?

Les enjeux de cybersécurité de VYV3, portés par VYV3 IT

VYV 3 porte la stratégie de développement de l'offre de soins et d'accompagnement du Groupe VYV (issu du regroupement de mutuelles, telles qu'Harmonie Mutuelle et MGEN) et agit au quotidien pour développer et renforcer l'accès aux soins de l'ensemble de la population. « *Aujourd'hui il n'est plus acceptable en matière de SSI* [3] *de dire « si l'incident arrive »* mais plutôt « *quand l'incident arrivera* » », explique Frédéric Jeunehomme, responsable Sécurité SI chez VYV3 IT. « *Les enjeux de cybersécurité portés par VYV3 IT sont fondamentaux pour VYV3, à la fois sur les aspects opérationnels*



1 Minute sur Internet

(services délivrés par nos établissements), techniques mais aussi d'image et réglementaires ». Comme l'indique Frédéric Jeunehomme, dans une entreprise et a fortiori dans un groupe, les risques sont multiples et le risque Cyber n'en est qu'un parmi d'autres (social, financier...). À quoi ressemble une gestion du risque en matière de cyber risque ? *« La première étape consiste à identifier et analyser régulièrement les risques et leurs impacts en lien avec la stratégie et les enjeux métiers. Puis, il s'agit de réaliser un audit*

> « Aujourd'hui, les cyberattaques ne se focalisent plus sur une cible mais sur son écosystème »

de l'existant afin d'identifier les failles et forces en présence. Ces deux entrants permettent ensuite de définir les priorités, et les plans d'action, un planning en fonction des criticités et un budget. Une fois le plan d'action validé, nous entrons dans la phase de mise en œuvre et de suivi. Ajoutée à cela une veille sur les différentes alertes et les vulnérabilités qui apparaissent quotidiennement. Il faut se préparer à l'attaque en établissant un processus de gestion des incidents prévoyant une escalade vers un dispositif de gestion de crise. Cette gestion va au-delà de la DSI et doit intégrer



l'ensemble de l'entreprise (gestion des risques, communication, métiers, juridique, RH...) », détaille Frédéric Jeunehomme. Dans le secteur de la santé, la culture de la sécurité informatique n'est pas aussi ancienne qu'elle peut l'être par exemple dans le secteur bancaire. Pour Frédéric Jeunehomme, « *il y a tout un processus d'acculturation à mettre en place afin de montrer aux professionnels de santé l'importance de ce sujet. Au niveau de VYV3 IT, nous adaptons notre offre de services afin d'apporter la possibilité aux établissements qui le souhaitent de réaliser différents types d'audit (techniques, applicatifs...). Cela afin de leur permettre de répondre aux enjeux demandés par l'État et les autorités de tutelles (ARS) en maîtrisant l'impact sur leurs ressources* ».

Marianne Bourgeois

1) L'ESAIP forme des ingénieurs de haut niveau scientifique et technique, en numérique et en sécurité, environnement, prévention des risques,
2) ANSSI : Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information
3) SSI : Sécurité des systèmes d'information

La cybersécurité s'enseigne à l'Institut d'Informatique Appliquée

Première école supérieure en informatique en alternance de l'Ouest, l'Institut d'Informatique Appliquée à Laval, propose des formations diplômantes du BTS à BAC+5. Depuis plus de 35 ans, l'établissement a tissé un réseau, composé d'entreprises et d'organisations professionnelles partenaires, qui démontre son savoir-faire, la qualité de ses formations et des compétences acquises par les étudiants. Entre autres formations liées à la cybersécurité, celles de « *Manager de la Sécurité des Systèmes d'Information* » (Bac +5 – Titre certifié de niveau I (Manager en Ingénierie Informatique) Labellisée SECNUMEDU par l'ANSSI – Par alternance (apprentissage ou contrat de professionnalisation)), ainsi que la « *Licence Générale informatique (Parcours Développement Logiciel ou Cybersécurité)* » (Bac +3 - L3 - Par alternance (apprentissage ou contrat de professionnalisation)). Depuis la rentrée 2020, la cybersécurité s'enseigne dès le BTS SIO (mise en œuvre du nouveau référentiel du BTS qui introduit un nouveau bloc de compétences « Cybersécurité des services informatiques »).

Informations : **iia-laval.fr**

Les financements : pas si sorcier !

« Il vous faudra remplir un dossier. » Une phrase qui peut en rebuter certains. Le dossier, cette somme de questions auxquelles il faut apporter des réponses, cette liste de pièces et justificatifs à fournir, ce lot de conditions à respecter. Et si en 2021, on se réconciliait avec « le dossier » ? Si on le désacralisait un peu pour y voir ce qu'il est réellement : une passerelle vers des aides dont il serait stratégiquement dommage de se passer. Dans le cadre d'un accompagnement, les dossiers de demandes de subventions deviennent des moyens redoutables de structurer sa stratégie et d'obtenir des aides financières à son projet de développement à l'export. Que redouter dès lors ?

Encore plus en ce moment

Depuis longtemps déjà, État et Région proposent différentes subventions pour favoriser le développement des entreprises à l'export. Dans le contexte économique actuel, de nouvelles modalités viennent compléter les dispositifs de soutien et d'accompagnement, avec des renforts et des augmentations de montants. Du dispositif simple à celui plus complet, les formats varient en fonction des enjeux fixés par l'entreprise. Plus que jamais, l'export reste un levier de croissance économique.

Vérifier son éligibilité

Toute demande de subventions nécessite un pré-réquis sensé qui consiste à correspondre à une stratégie établie en termes de projet de développement à l'international. Solliciter une subvention nécessite donc d'être au clair sur ses motivations, ses grandes orientations et son plan d'action. Parmi les « règles d'or » qui prévalent aux demandes de subventions : vérifier l'éligibilité de son entreprise (les PME de moins de 250 salariés peuvent bénéficier d'aides spécifiques par exemple), vérifier l'éligibilité de son projet, et s'assurer de son timing (les demandes doivent être faites avant la dépense). Pour tout cela, les accompagnateurs CCI de la Team France Export sont là ; ils guident dans le process à suivre et orientent vers les demandes de subventions pertinentes à faire au regard de tout un ensemble de critères (taille de l'entreprise, ambition à l'export, besoins, etc).

Monter des dossiers

Les formalités des demandes de subventions varient selon les dispositifs d'État ou de Région. De façon concrète, rien d'insurmontable comme en témoigne Catherine Conche, chargée de développement export chez Digitex, fabricant de produits acoustiques et de décoration TEMPO, qui s'ouvre au marché européen depuis 2019. « *Nous avons monté trois dossiers de demandes de subventions : « Assurance Prospection » avec la BPI qui apporte une avance de trésorerie, ainsi que Init'Export pour la traduction de nos documents commerciaux, et Prim'Export pour le financement de nos salons, qui sont des aides régionales. Cela semble compliqué la toute première fois mais ce n'est pas le cas en réalité, surtout lorsque l'on est accompagné, comme cela a été notre cas, par la CCI. Et puis, d'un dossier à l'autre, les informations restent valables.* » Chez eRTOSgener, qui propose des solutions d'accélération et de sécurisation pour le déploiement d'objets connectés, Mélanie Jarnoux, responsable commerciale, a fait la même expérience, à l'occasion d'un développement sur le territoire nord-américain. « *Nous avons déposé des dossiers pour le dispositif national « Chèque Relance Export », dans le cadre d'une participation sous pavillon français au salon CES de Las Vegas, et pour « Prim'Export ». Dans le premier cas, je me souviens avoir monté et envoyé mon dossier le matin, reçu un coup de fil au sujet d'une pièce manquante l'après-midi, et la validation de notre demande le soir même ! Grâce à l'accompagnement de la Team France Export, nous avons sélectionné les subventions qui nous correspondaient. C'est important d'identifier des relais locaux qui aident à prioriser, s'activer et avancer* ».

Au-delà de l'apport financier

Si les subventions apportent un soutien financier, leur intérêt est aussi d'aider les entreprises à clarifier et structurer leur projet. « *Ces subventions nous ont permis de démarrer sur plusieurs pays en même temps, en se sentant moins pressés du côté de la trésorerie, en attendant que cela porte ses fruits. Le risque est minime car il est calculé ; avec « Assurance Prospection » par exemple, on ne rembourse que si l'on a généré du chiffre d'affaires. Au-delà de l'argent, l'exercice du montage de dossier est précieux car il impose d'être au clair sur son projet et ses étapes ainsi que sur son plan de financement* » explique Catherine Conche de Digitex. Mélanie Jarnoux chez eRTOSgener, ne regrette pas non plus de s'être lancée : « *Depuis, je sais que la région Pays de la Loire est l'une des meilleures de France en termes d'accompagnement des VIE avec une prise en charge à 100 % des frais d'indemnisations. Cela permet de se lancer plus tôt et d'avancer concrètement.* »



Anne-Françoise Benoît
Chocolats Benoît - Élue CCI

« Je lis dans ces témoignages, des expériences proches de la mienne en tant qu'entreprise exportatrice. Les moments de crise peuvent fragiliser nos ambitions à l'international. Il est naturel de se questionner sur ses dépenses. Les subventions sont là pour nous aider, pour nous rebooster et nous permettre de maintenir nos actions. J'ai sollicité le « Chèque Relance Export » via Business France pour un travail sur notre plan de communication vers nos clients japonais, ainsi que l'aide régionale « Init'Export » qui nous permet de passer notre site web en version multilingues. Nos clients japonais sont ravis de voir que nous continuons à nous investir et à croire en notre développement chez eux. Pas à pas, la Team France Export de la CCI m'a accompagnée : propositions de subventions pertinentes, explications, suivi. Des formulaires à remplir aux attestations à fournir, je me suis parfaitement laissée guider. De telle sorte que cela a été très simple et très efficace. Je peux ainsi continuer à investir à l'export ; c'est plus que jamais indispensable pour notre avenir. »

Aurélie Jeannin

Contact CCI :
02 41 20 49 56
international@maineetloire.cci.fr



Emmanuel Picot, élu référent de l'International



Cyril Roch — Lucie Rolland — Romain Maugrain — Virginie Weber

« Vitrines Industrie du Futur » passeport vers la transformation numérique

Depuis 2015, le label « Vitrines Industrie du Futur » est attribué aux industriels les plus engagés dans leur transformation numérique. PME, ETI ou grands groupes industriels peuvent proposer leurs candidatures et se voir décerner ce label, symbole de dynamisme et de compétitivité.

En Maine-et-Loire, deux entreprises sont détentrices du label « Vitrines Industrie du Futur » : Alfi Technologies (Le Pin-en-Mauges) et Lacroix Group (Saint-Pierre-Montlimart). Une troisième entreprise (détentrice de ce label en Vendée) possède également un site en Maine-et-Loire : MG-Tech (Champtocé-sur-Loire).



© Lacroix Group

Depuis 2016, Lacroix Electronics (Saint-Pierre-Montlimart) est détentrice du label « Vitrines Industrie du Futur »

Quand un fournisseur de l'Industrie du Futur mène sa propre transformation numérique

La raison d'être d'Alfi Technologies : créer les usines des industries de demain, respectueuses de l'environnement, qui améliorent les conditions de travail et permettent de développer la compétitivité de l'industrie française. Alfi Technologies est spécialisée dans l'ingénierie et la fabrication de lignes de production et de manutention automatisées en particulier pour les marchés de l'intralogistique et des matériaux de construction. L'entreprise compte 200 collaborateurs et investit chaque année 5 % de son chiffre d'affaires en R&D. Avec l'essor du numérique, Alfi Technologies s'est réinventée pour proposer à ses clients des solutions innovantes, compétitives. Pour gagner des parts de marché et promouvoir le « Made in France », le projet « L'usine du futur by @Alfi Technologies » a permis de concevoir des lignes de production numérisées, de gagner en compétitivité et en attractivité alors que l'entreprise devait impérativement se différencier sur un marché très concurrentiel. Concrètement, Alfi Technologies propose désormais un jumeau numérique pour tout projet de ligne de production ou de manutention. Grâce, entre autres, à ses technologies d'immersion 3D, l'entreprise facilite les validations de développement en modélisant la ligne très en amont et en simulant les process et flux de production, forme les collaborateurs de ses clients et optimise la collecte et l'analyse des données de production destinées à la maintenance et à l'optimisation de la production. Le jumeau numérique permet de réduire les temps de montage et de mise en route de 30 % en moyenne, soit un gain de 5 semaines par projet. L'Alliance Industrie du Futur a ainsi salué le passage d'un business model basé sur la simple fourniture d'équipements à un business model à forte valeur ajoutée grâce aux apports du numérique. Le jumeau numérique favorise une collaboration étroite avec les clients et apporte des gains de compétitivité importants pour Alfi Technologies et ses clients.

Dans les coulisses d'un écosystème institutionnel et industriel riche

Depuis 2016, Lacroix Electronics (Saint-Pierre-Montlimart) est détentrice du label « Vitrines Industrie du Futur ». Aujourd'hui, l'activité électronique de Lacroix Group porte un projet ambitieux « Symbiose » avec la construction d'une usine à la pointe de la technologie, respectueuse de l'environnement et pensée pour l'épanouissement de ses collaborateurs. Le projet « Symbiose » s'appuie notamment sur la puissance d'un écosystème d'experts industriels reconnus qui soutiennent le projet. La future usine puise aussi sa force dans son ancrage territorial au sein des Pays de la Loire puisqu'elle sera basée à Beaupréau, à seulement quelques kilomètres de l'usine actuelle située dans les Mauges. L'ambition est de construire un nouveau fleuron français de l'électronique, un symbole du renouveau industriel en France au rayonnement européen voire mondial. L'usine sera inaugurée d'ici fin 2021.

Pour construire l'usine électronique du futur, Lacroix Electronics et Lacroix Group s'entourent d'un écosystème riche qui crée de nouveaux modèles de partenariat.

« Symbiose », un nouveau modèle de collaboration : engagés dans ce projet collectif de grande ampleur, la Région Pays de la Loire, Schneider Electric et Orange Business Services travaillent de concert vers un nouveau modèle de collaboration.

« Symbiose », l'alliance de la haute technologie et du territoire : l'ancrage territorial de la future usine est un élément incontournable dans ce projet, comme le montrent les partenariats signés avec Mauges Communauté et les agences PVA Architecture et Essor Ingénierie. ●

Marianne Bourgeois

Contact CCI :
Jean-Baptiste Bénard - 02 41 20 54 41
jean-baptiste.benard@maineetloire.cci.fr

Agenda

9 mars 2021 - 9h à 10h
Webinaire Smart Maintenance

Le médiateur de l'apprentissage, facilitateur de dialogue en cas de tension

Si des tensions surviennent entre l'apprenti et l'entreprise qui le forme, la situation peut rapidement devenir inconfortable. Pour favoriser le dialogue et rétablir une relation sereine, les deux parties peuvent faire appel au médiateur consulaire de l'apprentissage.



Dialogue et respect mutuel

Le médiateur de l'apprentissage peut être sollicité par toutes les parties au contrat, l'entreprise, l'apprenti (ou sa famille s'il est mineur) ou le Centre de Formation des Apprentis (CFA), pour tout litige survenant au cours de l'exécution du contrat d'apprentissage ou à l'occasion de sa résiliation.

Le rôle du médiateur est de contribuer à rétablir un dialogue pertinent et respectueux entre les parties, dans l'objectif de restaurer une relation de confiance. Par une écoute équilibrée et sans jugement, il fait en sorte que chaque intervenant puisse exposer les faits et exprimer la façon dont il ressent la situation. Au cours d'une ou plusieurs rencontres, le médiateur favorise la compréhension mutuelle et la recherche de solutions par les parties. Puis il expose les différentes solutions envisagées et encourage à résoudre le différend par l'adoption d'une solution réalisable et satisfaisante pour tous.

Un cadre réglementaire précis

Créée par la loi du 2 août 2005 en faveur des PME et PMI, la fonction de médiateur consulaire de l'apprentissage a été récemment renforcée par la loi du 5 septembre 2018 pour la liberté de choisir son avenir professionnel, qui indique notamment qu'un apprenti souhaitant rompre son contrat d'apprentissage après la période d'essai doit saisir le médiateur de l'apprentissage.

Chaque partie est libre d'entrer ou pas en médiation, et d'en sortir à tout moment. Le médiateur n'a pas de pouvoir de décision et n'est pas non plus un conseiller juridique. Il se positionne comme le garant du cadre de rétablissement du dialogue.

Le médiateur obéit, bien sûr, à des règles de déontologie précisées par la loi : neutralité, indépendance vis-à-vis des parties, impartialité et confidentialité.

Un interlocuteur de proximité

Au sein de la Chambre de Commerce et d'Industrie des Pays de la Loire, deux personnes se partagent ce rôle : Thierry Bouttier, chef d'entreprise élu à la CCI Le Mans Sarthe, pour ce département, et Isabelle Arriau pour le reste du territoire régional. Ils travaillent en réseau avec les autres médiateurs consulaires de la Chambre d'Agriculture et de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat.

Restructurée suite à la loi du 5 septembre 2018, la médiation en apprentissage déploie actuellement des actions d'information auprès des CFA et des fédérations professionnelles de la région.

« Nous sommes en poste depuis février 2020 » indique Isabelle Arriau, médiateur de l'apprentissage. *« Dans la grande majorité des cas déjà rencontrés, les parties apprécient fortement cet accompagnement et la qualité des échanges. Les problèmes relationnels ont bien souvent pour origine un manque de compréhension de part et d'autre, à cause d'un défaut d'information ou d'une maladresse dans la façon d'exprimer les choses… Il y a généralement un fait déclencheur qui fait basculer la situation. L'intervention d'un tiers neutre et bienveillant permet de tempérer le débat, de rétablir une meilleure compréhension mutuelle et donc d'éviter des procédures plus lourdes. Cela participe très activement à la prévention des conflits et à l'harmonie relationnelle entre l'apprenti et son maître d'apprentissage. C'est pourquoi il ne faut pas attendre que la situation dégénère ! Dès qu'un grain de sable vient enrayer la relation et fait naître une situation de tension, le meilleur réflexe est de se rapprocher du médiateur avant que les choses ne s'enveniment ».*

Le réseau des médiateurs de l'apprentissage en région Pays de la Loire

Véronique Manche
Chambre d'Agriculture des Pays de la Loire
veronique.manche@pl.chambagri.fr

Isabelle Arriau
Chambre de Commerce et d'Industrie des Pays de La Loire
isabelle.arriau@paysdelaloire.cci.fr

Thierry Boutier
Chambre de Commerce et d'Industrie du Mans et de la Sarthe
thierry.bouttier@lemans.cci.fr

Jean-Luc Ourcoudoy
Chambre de Métiers et de l'Artisanat des Pays de la Loire
jlourcoudoy@artisanatpaysdelaloire.fr

Christophe de Bourmont

Contact CCI :
Isabelle Arriau
isabelle.arriau@paysdelaloire.cci.fr

« On ne s'improvise pas gérant de restaurant »

Près de Marseille, Magali Marczak et son époux rêvaient d'un nouveau projet sur d'autres terres. À Saumur, Olivier Thibault avait lui aussi des projets en tête. En janvier 2019, il a vendu au couple son restaurant « Le Pot de Lapin ». Ils témoignent de leur expérience et de leur optimisme pour leur domaine malmené par la crise sanitaire.



Magali et Michel Marczak

Comment avez-vous été amenés à vous rencontrer autour du restaurant « Le Pot de Lapin » ?

Magali Marczak

Mon mari et moi cherchions un restaurant à reprendre sur une nouvelle zone géographique. Nos recherches nous ont menés jusqu'à Saumur. J'avais suivi en 2013, dans le cadre d'une reconversion professionnelle dans la fleuristerie, une formation à Angers qui m'avait permis de découvrir la région.

Olivier Thibault

Cela faisait trois ans que j'avais mis en vente mon restaurant auprès d'une agence spécialisée en fonds de commerce. C'est via son intermédiaire que nous avons été mis en relation.

Vous étiez tous les deux déjà dans le monde de la restauration ?

Magali Marczak

Oui, mon mari et moi avions déjà repris et vendu deux établissements dans le sud de la France, près de Marseille et d'Aix en Provence.

Olivier Thibault

« Le Pot de Lapin » a été le troisième restaurant que j'ai vendu. Dans nos métiers, il n'est pas rare de revendre une fois le crédit payé. J'avais pour ma part de nouvelles envies.

Lorsque l'on souhaite reprendre un restaurant, être du milieu est-il selon vous un prérequis indispensable ?

Magali Marczak

Comme pour toute affaire, il est indispensable d'être un bon gestionnaire mais cela reste un domaine où de nombreuses aides existent. En revanche, je pense qu'il est important d'appartenir au monde de la cuisine, encore plus que celui de la salle. On ne s'improvise pas gérant de restaurant si on n'y connaît rien du tout.

Olivier Thibault

On observe beaucoup de gens s'installer sans avoir la moindre compétence en la matière. Cela ne fonctionne pas toujours ! Comme partout, il peut être imprudent de se lancer sans être professionnel.

Comment avez-vous mené vos recherches pour trouver le bien qui vous faisait rêver ?

Magali Marczak

Nous avons commencé par dresser la liste des régions où nous ne voulions pas nous installer. Sur celles qui nous tentaient, nous avons mené des recherches en passant des heures et des heures sur Internet. Quand nous sommes tombés sur « Le Pot de Lapin », nous avons organisé des rencontres. Mon mari et moi avions alors 55 ans ; ce projet était un énième challenge mais que nous voulions sécuriser. L'enjeu était de reprendre à la fois un établissement avec une cuisine et une atmosphère qui nous convenaient, et un bilan qui nous sécurise.

Comment se sont organisées les négociations entre vous, et sur combien de temps ?

Olivier Thibault

« Le Pot de Lapin » aura été mis en vente pendant trois ans au total. Je n'étais pas spécialement pressé. Quand on a un établissement depuis 11 ans, on n'a souvent pas envie de le vendre à n'importe qui. C'est comme son bébé. Je souhaitais que le repreneur continue sans tout bazarder. De mon côté, c'est l'agence qui a fait l'intermédiaire en gérant tout de A à Z.

Magali Marczak

Pour nous, cela a été plus rapide. Nous avons débuté nos recherches en janvier 2019 et signé le compromis en septembre. En octobre, nous nous installions dans la région avant d'ouvrir, dès le 15 janvier 2020. Nous avons été accompagnés par notre comptable mais pas davantage ; nous comptions sur notre expérience en la matière.

Aviez-vous prévu un temps de tuilage ?

Olivier Thibault

Passer trois semaines ensemble pour transmettre ce que l'on sait de son établissement est souvent souhaitable. Cela n'a pas été mis en place dans ce cas-ci.

Magali Marczak

C'est de notre fait. À l'époque, nous étions très pris par la reprise et par notre installation personnelle dans une maison qui nécessitait d'importants travaux. Nous n'avons pas mis en place de temps de transition ensemble…

Deux ans après la transaction, quelles leçons tirez-vous de cette expérience ?

Magali Marczak

On pense souvent que reprendre est plus facile que créer. Je dirais que ce n'est pas si évident dans notre métier. Dans notre cas, le restaurant était très associé à son gérant qui avait installé une identité forte. C'est un avantage mais cela peut rendre la transition plus complexe, ou plus longue. Il nous aura fallu un an pour transmettre à notre clientèle, notre propre identité humaine et culinaire. Je pense qu'il est indispensable de bien regarder le bilan, la cuisine, le matériel, l'équipe mais j'invite aussi à se renseigner sur l'empreinte laissée par le prédécesseur car cela compte.

Olivier Thibault

Il faut être très vigilant, certes sur le chiffre d'affaires, mais aussi et surtout sur l'emplacement, le matériel, l'électricité, la cuisine… On a souvent des surprises en la matière. Je recommande vraiment de se faire accompagner par des professionnels, comme un installateur de cuisine qui va vérifier le matériel de façon experte.

Dans ce contexte très particulier pour la restauration, restez-vous optimistes ?

Magali Marczak

Nous avons fait une très belle saison estivale qui nous permettra d'être toujours présents en 2021. Et nous avons rejoint le Club des restaurateurs créé en juin 2020 par un chef saumurois étoilé et pilotée par la CCI. Cela nous permet de rencontrer des confrères chez qui nous n'avons jamais le temps d'aller manger !

Olivier Thibault

Après avoir vendu, j'ai repris à Saumur un bar à vin et à manger. C'était un projet qui me tenait à cœur et que la clause de non-concurrence du contrat de vente, incluant un kilométrage et une durée, me permettait de réaliser. ●

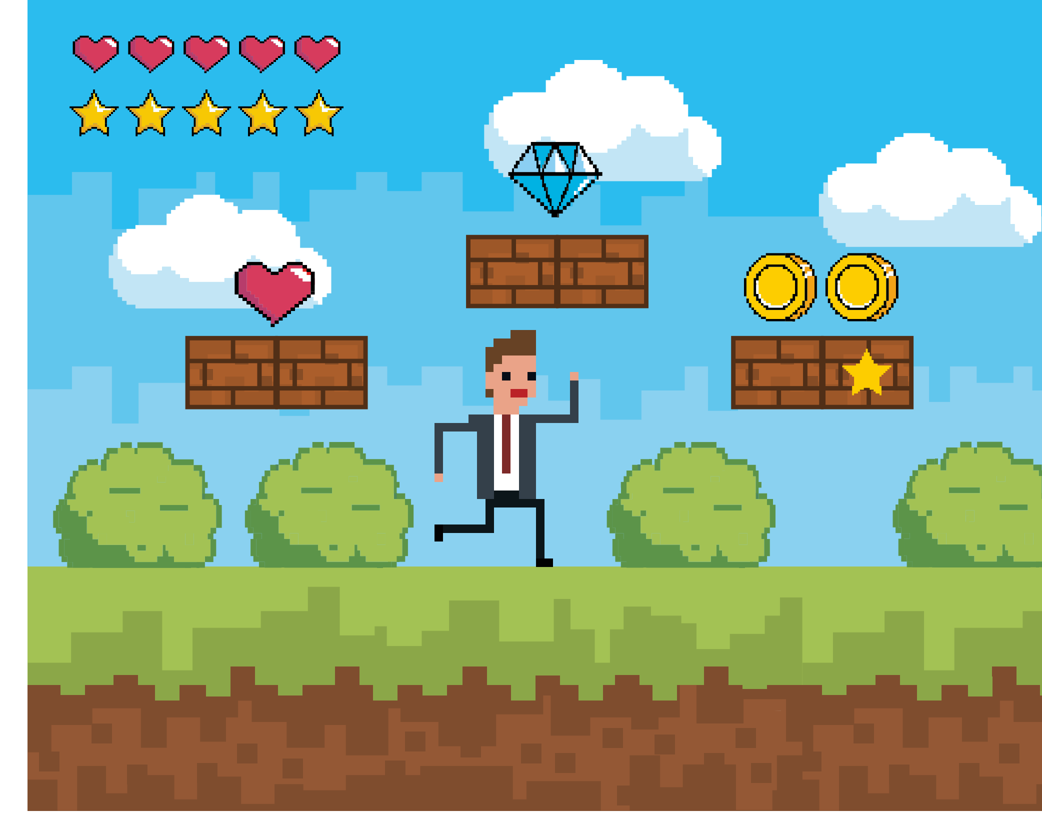
Aurélie Jeannin

Contact : Nadège Lardier - 02 41 83 53 69
nadege.lardier@maineetloire.cci.fr

Gamification, on vous dit tout (ou presque)

Expression anglo-saxonne désignant le recours au jeu pour mieux faire passer un message en matière d'éducation, de politique, de marketing… la gamification s'inspire des mécaniques du jeu vidéo. Objectif ? Développer de l'interaction, créer de l'émotion auprès des consommateurs. On n'arrête pas le progrès (?).

En mars 2020, comme toutes les enseignes de prêt-à-porter, la marque Gémo(*) est sommée de fermer ses points de vente. Le distributeur accuse le coup. Quelques brainstormings plus tard, l'enseigne et son agence de communication réalisent un coup de maître : organiser un défilé de mode dans le jeu qui cartonne « Animal Crossing ». C'est ainsi que les adeptes de ce jeu de simulation de vie qui, initialement, convie les joueurs à évoluer dans un village, ont pu découvrir la nouvelle collection de l'enseigne, assister à un défilé dans le magasin virtuel du jeu. Pour ce faire, l'agence de communication a recréé en « pixel art » l'ensemble des vêtements de la collection printemps-été 2020. Ainsi, chaque joueur pouvait les utiliser pour habiller ses avatars et les faire se changer au gré de ses envies. La mode à petit prix n'est d'ailleurs pas la seule à avoir misé sur Animal Crossing. Plusieurs marques de luxe se sont prêtées au jeu (Marc Jacobs, Valentino) lançant des lignes virtuelles et s'inspirant de leurs créations existantes pour mener à bien ce projet. Le jeu Animal Crossing, véritable plateforme mondiale pour les marques, illustre remarquablement les rouages de cette « gamification ». Ainsi, Carrefour Taïwan a-t-il noué un partenariat avec l'éditeur de ce jeu pour promouvoir son programme de transition alimentaire, Act For Food, permettant aux utilisateurs d'accéder à des informations sur les filières Carrefour, la traçabilité des produits.



Gamification : mode opératoire

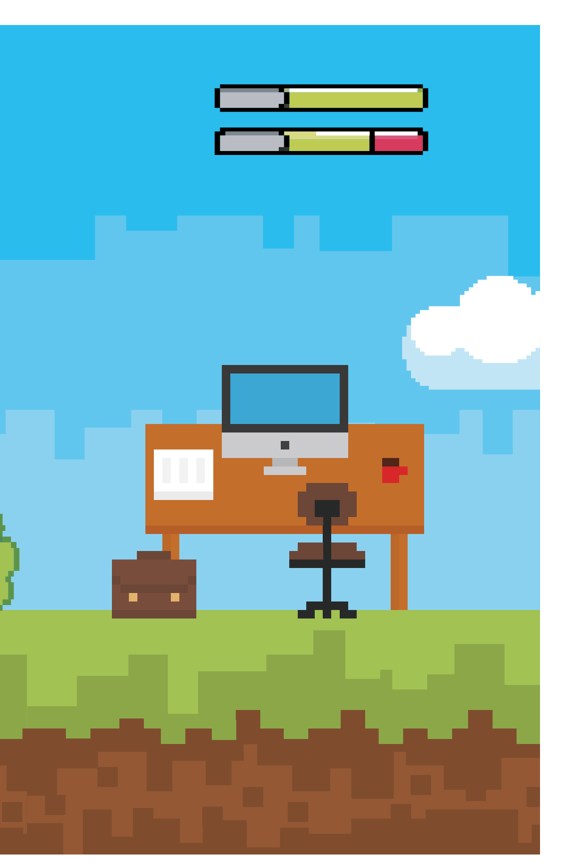
Le principe de la gamification (appelée aussi « ludification ») est d'utiliser les mécaniques du jeu. Objectif : augmenter l'accessibilité à des applications, booster l'efficacité des programmes de fidélité, valoriser la communauté d'une marque et améliorer son image… Dans un contexte d'entreprise interne, la gamification peut s'appliquer à des parcours d'intégration ou de formation. Elle est un levier de motivation pour les salariés et permet de challenger les équipes de commerciaux afin d'améliorer les performances de vente. Du côté des clients, la gamification réalise un parcours de fidélisation différent et plus ludique. L'entreprise pourra, de fait, enrichir considérablement sa base de données client.

Concrètement ?

Le processus est identique à celui des jeux vidéos (les adeptes de jeux vidéos obtiennent des trophées s'ils remportent certains challenges, sont classés en fonction de leur score, suscitant plus encore l'envie de jouer) et parfaitement transposable à un programme de fidélisation. Seuls changent le cadre, l'environnement, l'objectif. Les missions du joueur sont remplacées par des points de vente à visiter, des réseaux sociaux à « liker ». Les réalisations des joueurs deviennent des challenges d'achat. Enfin, les points permettent d'obtenir des réductions et des statuts avec des privilèges. Par ailleurs, la segmentation client permet de mieux les connaître ; ce faisant, de communiquer plus facilement avec eux. Une fois les clients mieux ciblés, les marques ont de meilleurs taux de retours sur les offres proposées.

L'entreprise, autre terrain de jeu…

Il est un domaine où la gamification semble avoir trouvé un autre terrain de prédilection, celui des entreprises. Sachant que le jeu vidéo est la première industrie culturelle en France, on comprend mieux la volonté de certaines entreprises d'utiliser cette méthode pour favoriser l'engagement de leurs collaborateurs.



Aujourd'hui, de plus en plus d'entreprises mettent en place une stratégie RSE. Cette dernière doit être comprise, acceptée et relayée par les salariés. La gamification se propose d'être un moyen pour y parvenir. La forme ludique que prend l'apprentissage donne envie de poursuivre la formation. Elle permet de capter l'attention des apprenants de manière soutenue pendant une longue durée. En outre, on sort du schéma classique enseignant-apprenant. Avec la gamification, les collaborateurs sont acteurs de leur formation, leurs compétences intellectuelles sont mises au défi. Outre le fait de mieux retenir les informations (« Tu me dis, j'oublie. Tu m'enseignes, je me souviens. Tu m'impliques, j'apprends », Benjamin Franklin), l'apprentissage par le jeu permet de dédramatiser l'erreur. Son fonctionnement par essais/erreurs offre un apprentissage individualisé, adapté au rythme de chacun, et une satisfaction de voir sa progression. Cette méthode fait donc appel à l'engagement, au plaisir et à l'envie des personnes qui en sont les sujets. Son efficacité peut être justifiée par le fait qu'elle est adaptable à de nombreuses situations et qu'elle se base sur des idées qui vont surprendre, susciter de la curiosité et donc de l'attention.

Quand le marketing de marque « ludifie »…

Pour pousser les clients à consommer, Starbucks a mis en place un système de jeu : plus un client consomme, plus il gagne d'étoiles. Plus son nombre d'étoiles augmente, plus son niveau augmente. Plus son niveau augmente, plus il reçoit de récompenses. Ici, la gamification est orientée vers les clients pour les inciter à consommer en jouant.

• • •

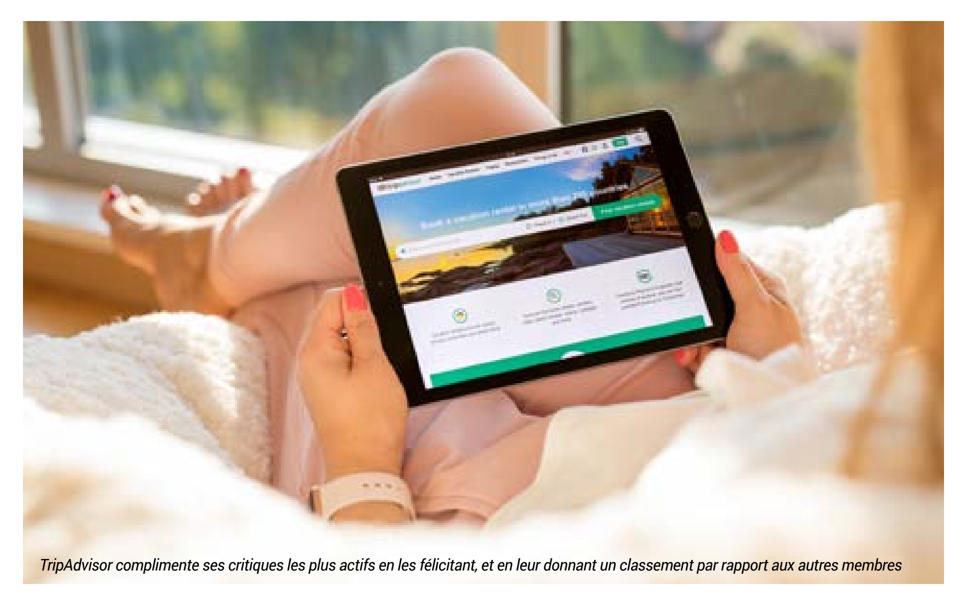
> « Le « leveling », permet de fidéliser ses clients en les faisant progresser par étape »

• • •

Du côté de la plateforme de covoiturage Blablacar, on gamifie itou. Un des principaux freins au covoiturage est le manque de confiance qui peut régner lors de la recherche de son covoitureur. La plateforme a donc décidé de mettre en place un système pour renforcer la confiance entre ses membres. Afin de distinguer les nouveaux utilisateurs de ceux plus expérimentés, Blablacar a mis en place des niveaux d'expérience. Ainsi, au fil de ses trajets, chaque utilisateur a la possibilité de gravir les échelons en passant par différents paliers (débutant, habitué, confirmé, expert et enfin ambassadeur). Pour cela, l'utilisateur est noté sur plusieurs critères, comme la qualité de son profil, la part d'avis positifs reçus ou encore son ancienneté sur la plateforme. Ce système de récompense joue sur le besoin de clôture propre à tout être humain : l'objectif ultime est d'atteindre le statut d'ambassadeur ! Cette mécanique de gamification marketing, appelée « leveling », permet de fidéliser ses clients en les faisant progresser par étape. Elle encourage chaque membre à compléter son profil et récolter des avis positifs afin de renforcer la confiance au sein de la communauté Blablacar. Le bénéfice est double pour l'entreprise. D'un côté, les passagers sont rassurés quant au profil de leur conducteur, ce qui élimine le principal frein à l'utilisation de ce service. De l'autre, les covoitureurs ont le sentiment d'évoluer au sein de la communauté, animés par la volonté de gagner en expérience, ce qui renforce leur fidélité envers la plateforme.

Pour la marque au « Swoosh » (logo en forme de virgule inversée), Nike, l'objectif est clair : prolonger l'expérience Nike au-delà de l'achat d'un produit de la marque. L'application Nike+ Run Club ne déroge pas à cette règle et propose à tous les sportifs pratiquant la course à pied de rejoindre la communauté de coureurs utilisant l'application. Celle-ci peut mesurer ses efforts et suivre un programme d'entraînements personnalisés adapté à son niveau et à ses objectifs. Elle permet également le partage de ses statistiques de course sur les réseaux sociaux, mais aussi de participer à des défis et de remporter des badges et trophées. Toutes ces fonctionnalités constituent une mécanique de compétition, très efficace dans la mise en place de la gamification. Le rôle de cette application n'est pas seulement de fidéliser les utilisateurs à la marque, mais bien d'améliorer et de diffuser l'image de Nike auprès de la communauté sportive. En effet, la marque ne se positionne plus comme un simple distributeur d'articles de sport, mais comme un véritable coach entraînant les sportifs les plus motivés.

Partager les avis, ou comment, pour engager sa communauté, TripAdvisor, pionnier des avis et conseils touristiques en ligne, a lui aussi recours à une technique de gamification. Le bon fonctionnement du site web reposant essentiellement sur l'activité et le contenu de ses utilisateurs, il est essentiel d'encourager les membres à déposer fréquemment des avis sur la plateforme. Pour cela, TripAdvisor a décidé de complimenter ses critiques les plus actifs en leur envoyant un e-mail les félicitant de leurs contributions, et en leur donnant un classement par rapport aux autres membres. Si l'utilisateur se trouve dans le top 10, il reçoit même un message personnalisé l'encourageant


TripAdvisor complimente ses critiques les plus actifs en les félicitant, et en leur donnant un classement par rapport aux autres membres

à écrire encore davantage pour devenir numéro un. Ceci est un exemple parfait de gamification par le mécanisme de la compétition : l'utilisateur, stimulé par son envie d'atteindre la première place, sera encore plus enclin à poster de nouvelles critiques. Avec ces campagnes, TripAdvisor a observé une augmentation de 185 % du taux de clics sur ses e-mails, en comparaison avec ses campagnes précédentes. Le résultat est tout aussi satisfaisant : presque la moitié des utilisateurs a rédigé un avis après l'ouverture de l'e-mail et le nombre d'avis déposés a augmenté de 354 % la semaine de l'envoi de l'e-mail. La plateforme a également instauré un système de badges attribués suite aux avis déposés sur les différentes catégories de lieux visités (hôtel, restaurant…). Chaque utilisateur monte alors de niveau dans ces différentes catégories, motivé par l'objectif de collecter l'ensemble des badges disponibles : un moyen supplémentaire pour TripAdvisor d'enrichir ses informations.

« La gamification valorise l'implication dans un dispositif »

Conscientes du potentiel de cette source de divertissement, de plus en plus d'entreprises n'hésitent pas à détourner ces codes afin de motiver, voire d'engager leurs consommateurs et employés. La gamification valorise l'implication dans un dispositif. Elle peut être considérée comme un moteur de la logique d'engagement sans pour autant la créer. Cette logique d'engagement est plutôt considérée comme une forme d'addiction. La gamification semble promise à un bel avenir dès l'instant où les outils utilisés le sont à bon escient avec une stratégie performante tout en privilégiant son innovation régulière.

Marianne Bourgeois

(*) L'enseigne Gémo fait partie du groupe angevin Eram



Pour organiser vos réceptions, ces professionnels sont à votre service





Stéphane PORTIER & son équipe

49770 Le Plessis Macé
06 09 64 49 88






WWW.TRAITEUR-ANGERS-49.COM

TRAITEUR
N
FRANCK
NIEL

Acteur de vos Réceptions
02 41 27 06 65
www.niel-traiteur.com

Cocktail, Repas, Séminaire, Arbre de Noel... Maine-et-Loire - Mayenne

Intégrer l'éco-conception avec Ecoprodduire

En 2019 et 2020, accompagnées par des spécialistes de l'éco-conception, sept entreprises de la région ont pu suivre la toute première session du programme Ecoprodduire piloté par la CCI de Maine-et-Loire et co-financé par l'ADEME.

Optimiser l'impact sur l'environnement de ses produits ou services attise l'intérêt ou parait nécessaire, seulement par où commencer ?

En 2019, Joachim Fuzeau, technicien au bureau d'études mécaniques de DGM Industries à Champtocé-sur-Loire, a fait part à sa direction de son souhait de se former à l'éco-conception. « *J'ai un intérêt pour ce sujet depuis longtemps déjà, à travers certaines de mes expériences professionnelles, mais aussi à travers la prise de conscience de notre impact environnemental sur la planète* », explique Joachim Fuzeau qui travaille depuis 2014 pour cette entreprise qui conçoit et installe des machines spéciales pour des fabricants de menuiseries. DGM Industries a donc décidé de se lancer dans la formation Ecoprodduire proposée par la CCI. « *Avec ce programme, notre objectif est de démultiplier et faciliter l'intégration et la pérennisation de l'éco-conception par les entreprises ligériennes* », souligne Juliette Astoul, pilote du projet à la CCI. « *L'éco-conception est le levier par excellence pour réduire l'impact environnemental d'un produit, puisque 80 % de cet impact, qui se calcule sur tout son cycle de vie, est déterminé dès sa phase de conception. Ecoprodduire permet aux entreprises d'engager une démarche d'éco-conception pour un produit de leur gamme et de former un « pilote » qui pourra ensuite dupliquer ce processus* ».

Une démarche concrète

Sur 15 mois, les différentes entreprises ont bénéficié de 11 journées d'accompagnement ponctuées d'ateliers collectifs afin de réaliser un projet d'éco-conception très concret. Pour DGM Industries, il s'agissait d'évaluer et réduire l'impact écologique des machines conçues pour ses clients. Pour les autres entreprises - Gémo, Eram, Gohe, Deschamps, Dental Hi Tec et mbpack, les objectifs étaient tous très divers, allant de l'élargissement de son offre avec des cintres recyclés et biosourcés en étudiant une solution de location pour Gohe à une diversification d'offre vers l'habitat passif pour l'entreprise de charpente Deschamps. « *Le programme débute par une formation collective permettant d'acquérir les bases de l'éco-conception et de découvrir l'outil Eco Design Studio qui analyse l'impact environnemental sur tout le cycle de vie d'un produit ou d'un service* », décrit Jean-Marie Chevalier, de l'agence Think+, qui accompagne les entreprises durant tout le programme. Ensuite, le spécialiste conduit un diagnostic au sein des entreprises et élabore avec elles un plan d'action personnalisé qui sera mis en œuvre avec l'aide de Think+. « *En cours de programme, une nouvelle formation collective a lieu pour leur donner les clés de la communication environnementale afin de valoriser cette démarche d'éco-conception* ». Dernière étape : un bilan général à la toute fin de l'accompagnement. Les temps collectifs ont été particulièrement riches en échanges, motivants et appréciés par les entreprises pour croiser leurs expériences.



Les 7 entreprises : Dental Hi Tec, Deschamps, DGM Industries, Eram, Gémo, Gohe et mbpack ont chacune réussi à mener leur démarche d'éco-conception

Des entreprises formées

Aurélie Cordé, responsable marketing et communication, et David Jouvent, responsable des achats, chez Mbpack, une entreprise qui propose des solutions d'emballages, de transport et d'hygiène pour les métiers de bouche, ont suivi assidûment ce programme. « *Notre secteur connaît des évolutions de normes législatives importantes et des changements de comportements des consommateurs, ce qui nous encourage à faire évoluer notre offre* », résument-ils. « *Ecoprodduire nous a permis d'analyser et de classer nos 850 références de produits en fonction de critères déterminant leur impact environnemental, grâce à l'indice de notation « eFFet Vert » créé au cours du programme. Nous pouvons maintenant évaluer tout nouveau produit et lui attribuer une « note » d'impact environnemental afin de généraliser les produits vertueux de notre base* ». Du côté de DGM Industries, Joachim Fuzeau a déjà mis à profit ses nouvelles connaissances dans les futures conceptions de machines, notamment en y ajoutant des caractéristiques techniques complémentaires, qui permettent au client final d'éviter de multiplier ses besoins en équipements : une machine suffit au lieu de deux.

C'est donc un pari réussi pour les entreprises, la CCI et les partenaires. « *C'est un succès quand la notion d'éco-conception déborde sur d'autres produits ou même sur la stratégie d'entreprise globale et que les entreprises continuent dans cette démarche, après la fin du programme. C'est un choix stratégique pertinent, car il y a un vrai mouvement sociétal de fond qui pousse vers la responsabilité environnementale des entreprises* ». souligne Jean-Marie Chevalier.

Une prochaine session d'Ecoprodduire sera ouverte courant 2021 : avis aux intéressés.

Juliette Cottin

Contact CCI : Juliette Astoul - 02 41 20 49 43
juliette.astoul@maineetloire.cci.fr

Agenda

16 février 2021 de 16h à 17h30

Webinaire Ecoprodduire et l'éco-conception

Votre magazine

Anjou Éco est édité par la Chambre de Commerce et d'Industrie de Maine-et-Loire,
8, boulevard du Roi René - CS 60626 - 49006 Angers cedex 01 - Tél. 02 41 20 49 00

Directeur de la publication : Éric Grelier - Rédactrice en chef : Florence Heraud - Coordinatrice d'édition : Dominique Gruson - Ont collaboré à ce numéro : Marianne Bourgeois, Lorissa Burlot, Juliette Cottin, Christophe de Bourmont, Christelle Gourronc, Dominique Gruson, Aurélie Jeannin, Alexandre Porcher - Conception et coordination : atmosphère - Photographies : Insert Image et CCI - Publicité : Maine Éditions 02 43 24 23 42 - 06 08 16 69 79 - Impression : Setig - Routage : G.I.S 02 33 98 42 00 - Trimestriel *(4 numéros par an : février, mai, septembre, novembre)* - Tirage 26 000 exemplaires. Dépôt légal : Février 2021 - N° ISSN : 1959-5379 Numéro à 3,75 €. Abonnement annuel : 15 € auprès de la CCI.

Publication en accès sur le site internet de la CCI : maineetloire.cci.fr/anjou-eco



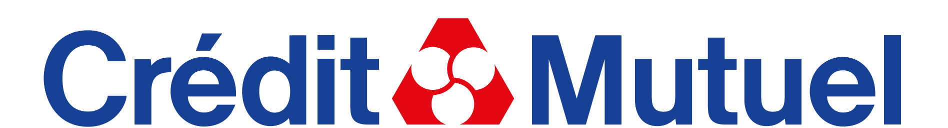
FLASH BAIL

UNE ENVELOPPE DE CRÉDIT-BAIL[1]
TOUJOURS DISPONIBLE

destinée aux artisans, commerçants, praticiens libéraux et entreprises qui souhaitent anticiper leurs projets d'investissement (véhicules, matériel médical…).

Quels que soient vos besoins, nos conseillers sont là avec des solutions adaptées.

Prenez rendez-vous avec un conseiller au **02 41 21 49 49**



(1) Conditions de financement et détails des contrats disponibles auprès de votre Caisse de Crédit Mutuel. Après étude et sous réserve d'acceptation de votre dossier.

Crédit Mutuel Leasing - Etablissement de crédit spécialisé agréé par l'Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution
Inscrit à l'ORIAS sous le numéro 09 046 570 (www.orias.fr). Société Anonyme au capital de 35 353 530 euros - Siège social : Tour D2 - 17 bis, place des Reflets 92988 Paris La Défense Cedex - RCS Nanterre 642 017 834 - N° TVA intracommunautaire FR 77 642 017 834 - Site internet : www.creditmutuel-leasing.fr
Crédit Mutuel Leasing est une entité de Crédit Mutuel Alliance Fédérale.

Caisse Régionale du Crédit Mutuel Anjou - Société Coopérative de Crédit à Capital variable. RCS Angers D 072 202 419 00015 - 1 place Molière - BP 10648 49006 Angers cedex 01. Intermédiaire en opérations d'assurance sous le n° Orias 07 003 758. Crédit photos : Getty Images. Janvier 2021.